



CUSV

Problemi residuali e soluzioni pratiche

GIOVEDÌ 13 MARZO

dalle 10:30 alle 13:00



AGENDA



Ora	Argomento	Relatore	Società/ Associazione
10:30	Apertura Workshop	Paolo Lugiato	Auditel
10:35	Il Cusv: Codice Univoco dello Spot Video	Mario Bramè Antonio Clerici	Auditel Audicom
10:50	Cusv: Accelerare sul fronte pubblicitario	Stefano Visintainer (OMG) Davide Mazzitelli (GroupM)	UNA
11:15	Cusv: Linee guida per un corretto tracciamento	Simone Branca (Rai Pubblicità)	FCP
11:30	Case Studies: le esperienze delle aziende	Assunta Timpone Edoardo Felicori Maria Vittoria Montanari	L'Oréal Ferrero Nestlé
11:50	Sezione Q&A		



Ora	Argomento	Relatore	Società/ Associazione
10:30	Apertura Workshop	Paolo Lugiato	Auditel
10:35	Il Cusv: Codice Univoco dello Spot Video	Mario Bramè Antonio Clerici	Auditel Audicom
10:50	Cusv: Accelerare sul fronte pubblicitario	Stefano Visintainer (OMG) Davide Mazzitelli (GroupM)	UNA
11:15	Cusv: Linee guida per un corretto tracciamento	Simone Branca (Rai Pubblicità)	FCP
11:30	Case Studies: le esperienze delle aziende	Assunta Timpone Edoardo Felicori Maria Vittoria Montanari	L'Oréal Ferrero Nestlé
11:50	Sezione Q&A		

Il Cusv: Codice Univoco dello Spot Video

Codice Univoco Spot Video

Milano, 13 marzo 2025

Tutti i diritti riservati. Copyright © 2025 Auditel S.r.l



Le principali caratteristiche del progetto

- 01** Misurazione dei contenuti pubblicitari sui tutti i dispositivi
- 02** Una metrica univoca, verificata, certificata e coerente con gli standard televisivi
- 03** Supporto tecnologico per i classificatori
- 04** Soluzione proprietaria basata su standard IAB
- 05** La porta per la Total Campaign

Codice Univoco Spot Video

Milano, 13 marzo 2025

Tutti i diritti riservati. Copyright © 2025 Auditel S.r.l



L'architettura della soluzione CUSV

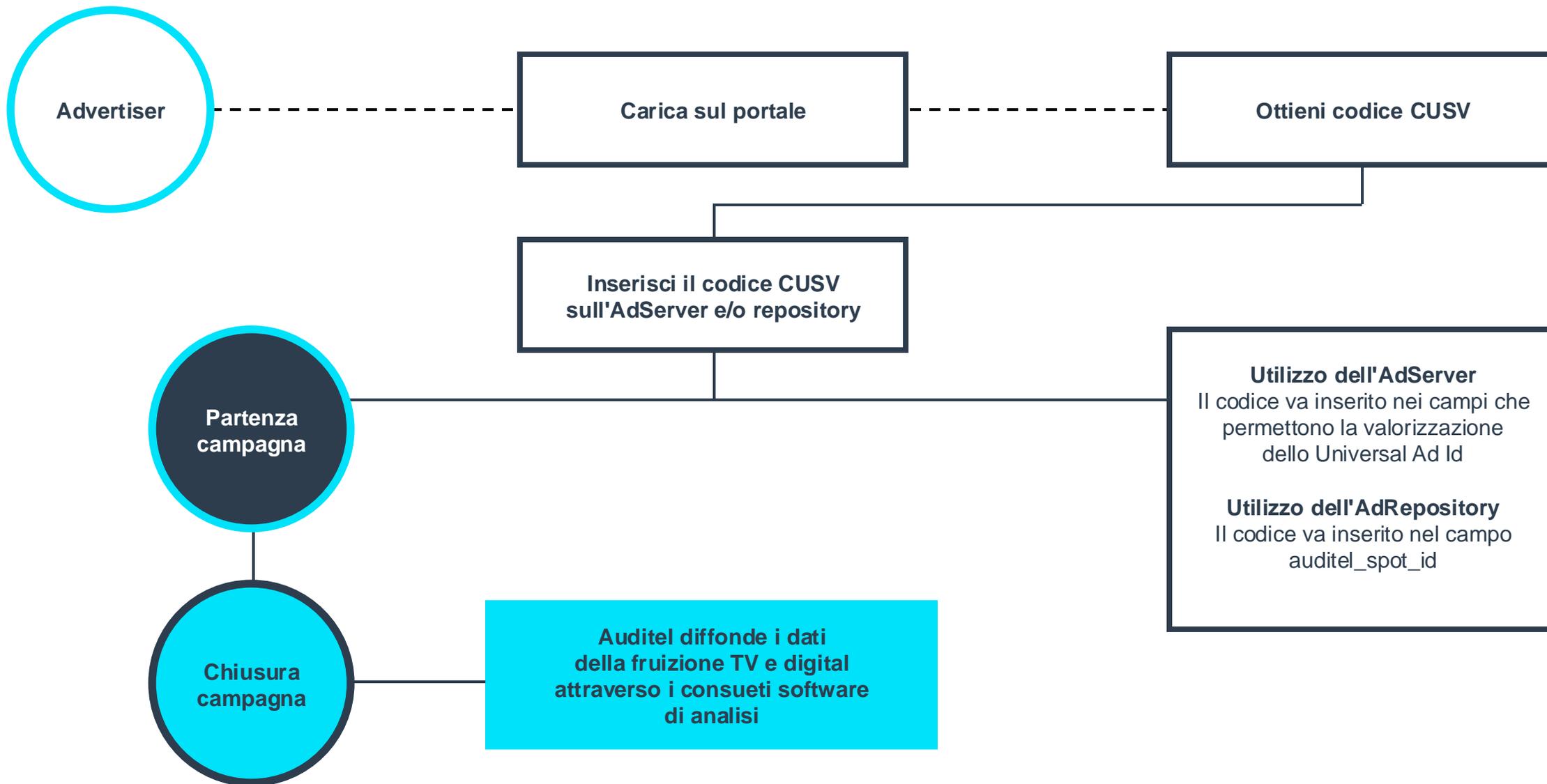
- Il sistema si basa su tre componenti principali:
 - un portale per la generazione del codice CUSV;
 - la rilevazione dati di consumo censuari sulle piattaforme digital;
 - la rilevazione dati di consumo campionari sulla TV tradizionale;
- l'implementazione dell'infrastruttura, la produzione e controllo dei dati sono gestiti direttamente da Auditel.
- la soluzione è stata sviluppata per essere trasparente, vigilata e prevedere l'integrazione con i principali Software di Analisi.

Un flusso semplice per gli operatori

L'implementazione del codice CUSV è stata pensata per fornire una user experience semplice ed essenziale per gli operatori del settore pubblicitario.

Sono infatti necessari pochi semplici passaggi per tracciare una campagna pubblicitaria col codice CUSV.

1. Registrazione dell'inserzionista al portale di Auditel **adv.auditel.it** (iscrizione *una tantum*).
2. Registrazione della casa di post-produzione al portale Auditel **cusv.auditel.it** (iscrizione *una tantum*).
3. Caricamento del file, da parte della casa di post-produzione, sul portale e ottenimento (in pochi secondi) del corrispondente codice CUSV.
4. Il codice ottenuto va inviato, insieme al file, al Centro Media che lo inserirà nell'AdServer utilizzato nel campo "Universal AdID".
5. Lo stesso codice andrà inserito, dalla Casa di post-produzione, negli Ad Repository per la fruizione Televisiva tradizionale, nel campo "auditel_spot_id".



Il portale per il caricamento

L'accesso al portale avviene dopo la registrazione e la creazione degli account deputati alla gestione delle campagne.

Codice Univoco Spot Video

Milano, 13 marzo 2025

Tutti i diritti riservati. Copyright © 2025 Auditel S.r.l

The Auditel logo consists of the word "Auditel" in a white, sans-serif font, with a stylized white arrow pointing upwards and to the right from the top right corner of the letter 'l'.

Accedi al tuo account

Portale CUSV

Email

mario.rossi@auditel.it

Password

••••••••

Ricordami

Log in

Non hai un account? [Registrati](#)

[Recupera password](#)

Per conoscere i dettagli tecnici e commerciali del CUSV scrivete a info@auditel.it

Il portale per il caricamento

La creazione del codice CUSV avviene in maniera pressoché istantanea dopo aver caricato la creatività sul portale.

Per ogni creatività differente (per esempio due «secondaggi» differenti sono considerati due creatività differenti) è necessario produrre un codice CUSV diverso, in modo da avere un tracciamento capillare delle performance della campagna.

Codice Univoco Spot Video

Milano, 13 marzo 2025

Tutti i diritti riservati. Copyright © 2025 Auditel S.r.l

The screenshot shows the Auditel portal interface. At the top, there is a navigation bar with the Auditel logo on the left, the user email 'mario.brame@auditel.it' on the right, and three menu items: 'Sistema', 'Codice di tracciamento' (highlighted in green), and 'Impostazioni Utente'. The main content area is titled 'Genera nuovo codice di tracciamento'. Below the title, there is a paragraph: 'Per una campagna che prevede il ri-utilizzo di creatività già presenti, si invita a ri-caricare le stesse creatività e generare un nuovo codice.' Underneath, there is a section labeled 'File video*' with a large dashed box containing an upward arrow and the text 'Seleziona file oppure trascinalo'. Below the box, it specifies 'Formati accettati .mp4, .mov, .wmv' and 'Dimensione massima: 100 Mb'. A green 'Avanti' button is positioned below the box. At the bottom of the main area, there is a paragraph: 'Caricare sul portale ogni creatività della campagna che si vuole tracciare e ottenere un codice per ciascuna. Il caricamento del file della creatività richiede l'inserimento di alcune informazioni (minime) necessarie per il processo di classificazione quali brand, prodotto, spot...' and a 'Leggi di più' link with a dropdown arrow.

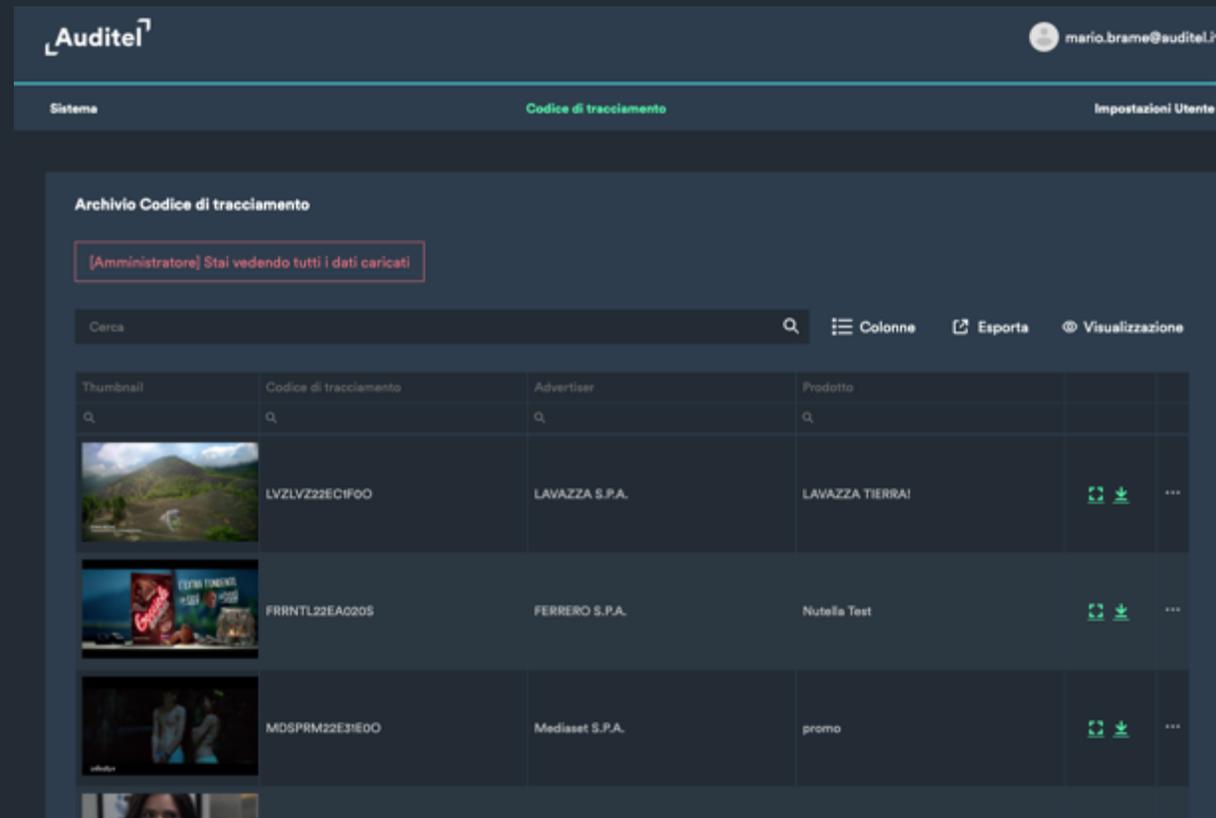
Il portale per il caricamento

L'operatore ha sempre a disposizione un archivio delle creatività caricate.

Codice Univoco Spot Video

Milano, 13 marzo 2025

Tutti i diritti riservati. Copyright © 2025 Auditel S.r.l



The screenshot displays the Auditel portal interface. At the top, the Auditel logo is on the left, and the user profile 'mario.brane@auditel.it' is on the right. Below the header, there are navigation tabs: 'Sistema', 'Codice di tracciamento' (highlighted in green), and 'Impostazioni Utente'. The main content area is titled 'Archivio Codice di tracciamento'. A message box indicates '[Amministratore] Stai vedendo tutti i dati caricati'. Below this is a search bar and navigation options: 'Cerca', 'Colonne', 'Esporta', and 'Visualizzazione'. The main part of the screen is a table with columns for Thumbnail, Codice di tracciamento, Advertiser, and Prodotto. The table contains three rows of data:

Thumbnail	Codice di tracciamento	Advertiser	Prodotto	
	LVZLVZ22EC1FO0	LAVAZZA S.P.A.	LAVAZZA TIERRA!	  ...
	FRRRTL22EA0205	FERRERO S.P.A.	Nutella Test	  ...
	MDSPRM22E31E00	Mediaset S.P.A.	promo	  ...

Il flusso dati del CUSV Digital

La trasmissione del codice CUSV avviene utilizzando la struttura del file VAST che costituisce una sorta di «carta d'identità» dello spot video lungo tutta la filiera della campagna digital

STEP 1:

abituale creazione della campagna su AdServer popolando il campo UniversalAdId

STEP 2:

Il file VAST creato contiene il codice CUSV

```
<UniversalAdId idRegistry="xxxxx"  
idValue="NSTDNT20HQ0U0Y"/>
```

STEP 3:

Il Front-End dell'editore, «leggendo» il file VAST per erogare il video, recupera anche il codice CUSV e lo passa all'SDK utilizzato per la rilevazione del dato digital

Il perimetro di rilevazione

Attualmente, il tracciamento delle campagne video tramite codice CUSV avviene solo in ambito Auditel e, pertanto, su:

- Emittenti TV di editori nazionali che si avvalgono dei software di AdRepository per erogare le campagne sulla TV tradizionale (La7, Mediaset, RAI, Sky, WBDiscovery)
- Siti web, Mobile App, App per CTV degli stessi editori (La7, Mediaset, RAI, Sky, WBDiscovery)
- [sono, pertanto, esclusi canali Youtube, pagine sui social ecc.]

Le principali software house già mostrano i risultati delle campagne dotate di CUSV, permettendo di mettere agevolmente in relazione le performance della TV tradizionale con quelle delle fruizioni digital tramite l'utilizzo di un semplice codice.

L'utilizzo del codice CUSV per la propria campagna permetterà l'abilitazione della profilazione del dato digitale e la piena fruizione delle metriche proprie della Total Audience (reach crossmediale, in futuro).

Sul sito www.auditel.it potete trovare l'elenco esaustivo aggiornato dei siti web, delle app che sono predisposte alla rilevazione CUSV.

Il codice CUSV, tuttavia, si presta a diversi ambiti di rilevazione. Sono, infatti, in corso gli studi per estendere il campo di applicazione anche verso Audicom, Audimovie, AudiOutdoor...

01.07.2025: la necessità di tracciare tramite CUSV

Col secondo semestre di quest'anno, la rilevazione delle campagne tramite CUSV entra nel vivo. Dotarsi dell'utilizzo del codice CUSV sarà necessario per:

- Usufruire di un tracciamento certificato dal JIC di riferimento;
- Poter valutare le performance di una campagna in maniera certa e univoca;
- Poter valutare la campagna in modalità crossmediale attraverso il semplice utilizzo di un codice sia per la fruizione tramite TV tradizionale che tramite website, App, applicazioni per CTV;

Progetto CUSV: il traguardo finale

Il tracciamento delle campagne tramite codice CUSV è il requisito tecnico-operativo necessario per poter usufruire dei risultati degli sviluppi della Total Audience. Infatti, quando saranno disponibili al mercato le metriche finali della Total Audience, sarà possibile analizzare la campagna in termini di:

- Profilazione delle Legitimate Stream e del Tempo Speso digital, VOD e Live (per sesso, fasce d'età, provenienza geografica);
- Equiparazione all'AMR televisivo (non più dati per device, ma per individui);
- Analisi basate su target dinamici;
- Analisi della reach cross-mediale (tv tradizionale VS tv digital);

Tutta questa ricchezza di informazioni, unitamente a una completa trasparenza, sarà possibile solo per quelle campagne che saranno dotate di CUSV.



Auditel S.r.l. - www.auditel.it
Tutti i diritti riservati. Copyright © 2025
RST Milano 235357/6309/7
CCIAA Milano 1164218
PI 07483650151

mail: auditel@auditel.it
tel: +39 02 5829861 - fax: +39 02 58298632

Codice Univoco Spot Video

Milano, 13 marzo 2025

Tutti i diritti riservati. Copyright © 2025 Auditel S.r.l





Ora	Argomento	Relatore	Società/ Associazione
10:30	Apertura Workshop	Paolo Lugiato	Auditel
10:35	Il Cusv: Codice Univoco dello Spot Video	Mario Bramè Antonio Clerici	Auditel Audicom
10:50	Cusv: Accelerare sul fronte pubblicitario	Stefano Visintainer (OMG) Davide Mazzitelli (GroupM)	UNA
11:15	Cusv: Linee guida per un corretto tracciamento	Simone Branca (Rai Pubblicità)	FCP
11:30	Case Studies: le esperienze delle aziende	Assunta Timpone Edoardo Felicori Maria Vittoria Montanari	L'Oréal Ferrero Nestlé
11:50	Sezione Q&A		



Aziende della
Comunicazione
Unite

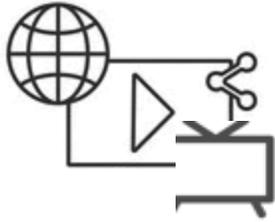
CUSV: Accelerare sul fronte pubblicitario

Milano, 13 Marzo 2025 – Workshop CUSV

A cura di

Media Hub UNA

I vantaggi del CUSV per le campagne video



TOTAL VIDEO ADV CAMPAIGN

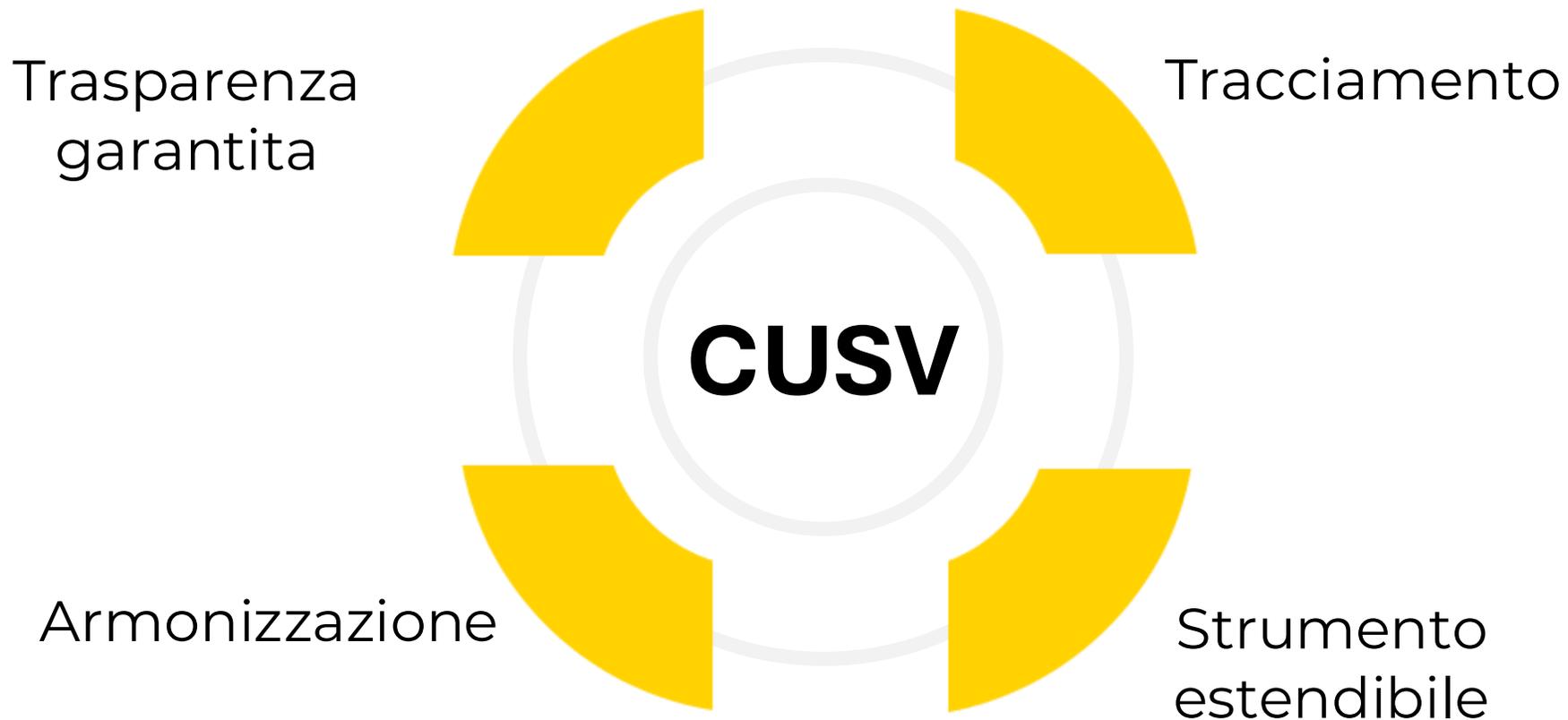
Il CUSV è requisito essenziale per la post-valutazione completa delle campagne pubblicitarie video cross-mediali (online + offline) e per analizzare l'apporto di ciascuna componente.



STRATEGIA

Il CUSV offre a ciascun inserzionista la possibilità di ottimizzare le pianificazioni video cross-mediali attraverso decisioni strategiche basate sui dati.

Ulteriori vantaggi nel presente e per il futuro



Il video vale oltre il 50% del mercato pubblicitario

Dati 2024

TV (lineare + advanced)
Video online
Cinema
Video OOH

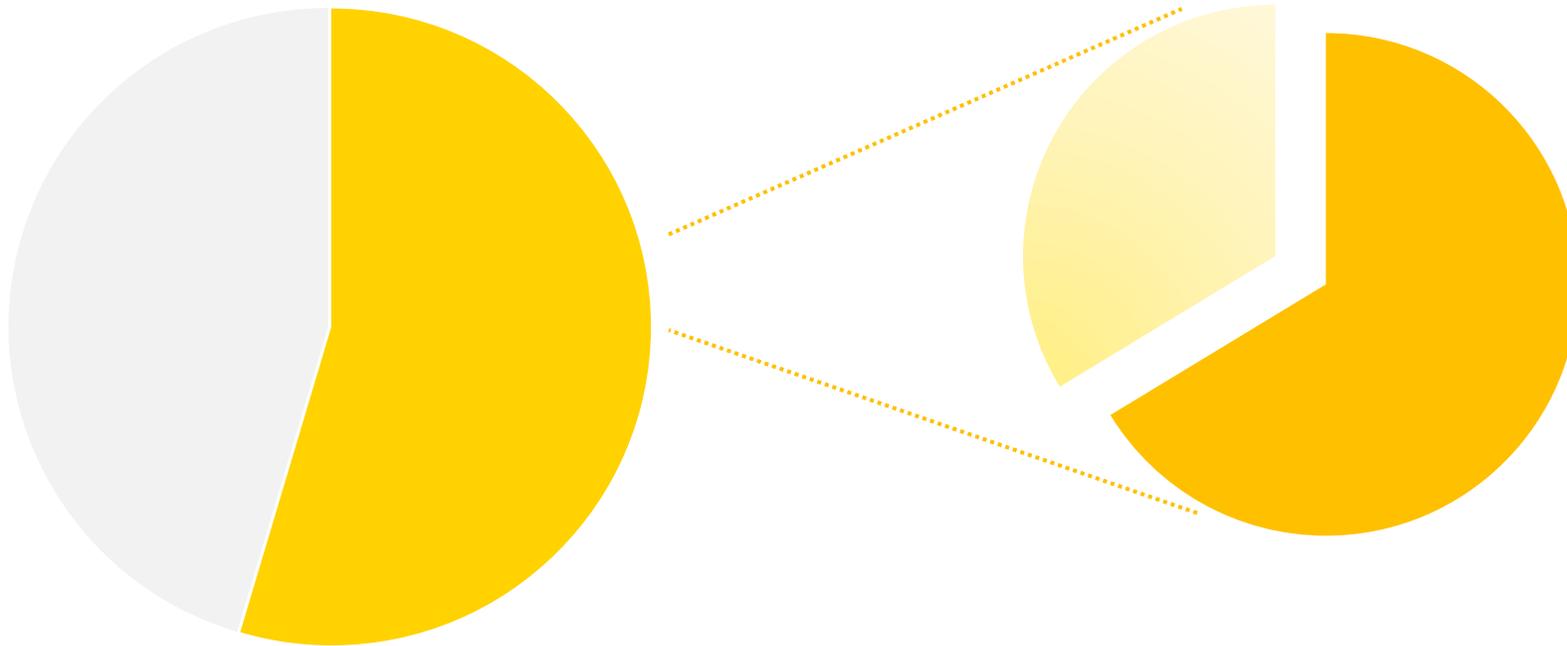
Video
54,6%

Su Totale Mercato Adv

Broadcasters
TV lineare +Advanced TV

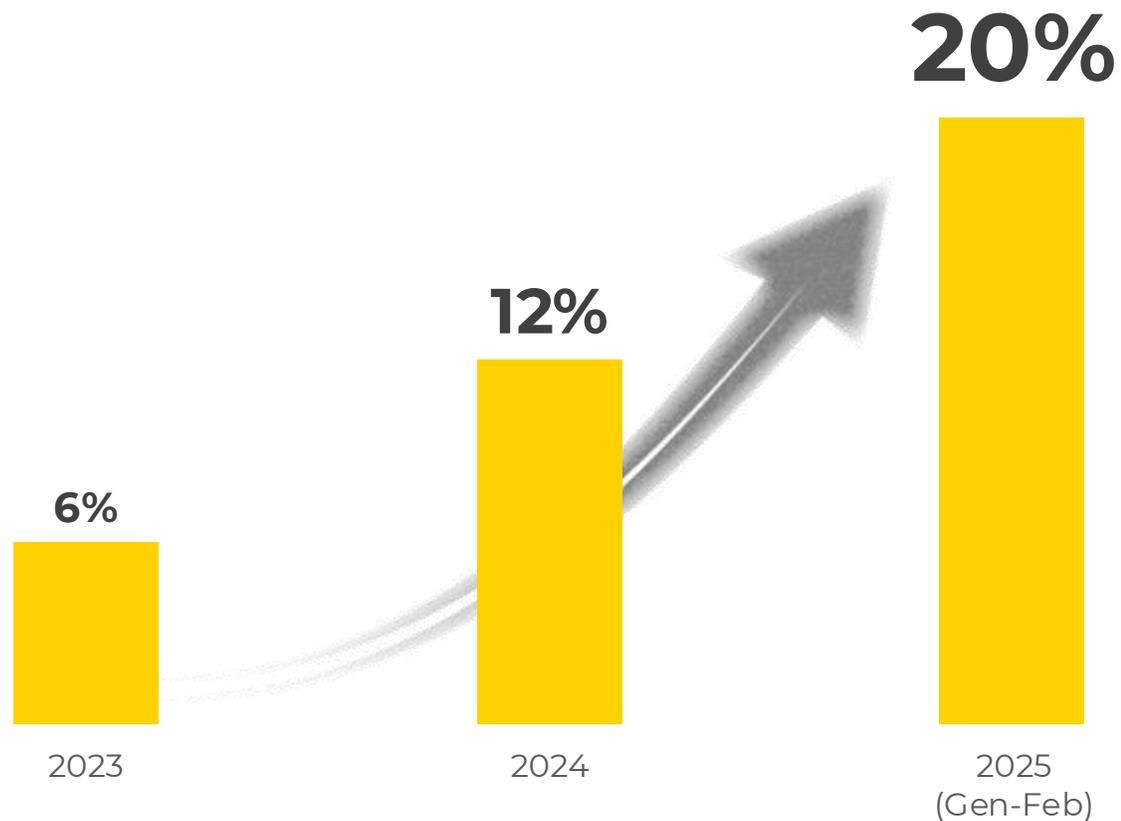
66,3%

su Totale Video
è **potenzialmente**
misurabile con CUSV



Il mercato inizia a crederci

**Quota % di visualizzazioni con CUSV
su totale pubblicità digitali rilevate da Auditel**



Alcune aziende già iscritte al portale Auditel-Cusv



Lo starting point: creare cultura!

In agenzia



Nella industry



CUSV
benefici
stato dell'arte
processo da
attivare

Non temere il set-up!

Cosa abbiamo imparato



Mettere tutti gli attori intorno allo stesso tavolo: Agenzie Media, Advertiser, Auditel e Casa di post-produzione/agenzie creative **per condividere il processo**



Partire è più facile di quanto si possa immaginare!



**La strada tuttavia
non è priva di ostacoli**

Alcuni ostacoli che sono stati **superati**:

**IL PESO DEI FILMATI
SUPERAVA IL LIMITE
CONSENTITO DA AUDITEL**

**LA CASA DI POST-
PRODUZIONE E' ALL'ESTERO
E NON CONOSCE AUDITEL**

**CHI DEVE ISCRIVERSI AL
PORTALE CUSV?**

**AUDITEL HA
AUMENTATO IL LIMITE
DI CARICAMENTO DEI
FILMATI A OLTRE 800
MB**

**L'ADVERTISER CHIEDE
IL CARICAMENTO E
OFFRE FORMAZIONE
SUL PROCESSO
ATTIVANDO AUDITEL E
AGENZIE.**

**AUDITEL HA CREATO IL
PORTALE CUSV ANCHE
IN INGLESE**

**L'ADVERTISER SI DEVE
ISCRIVERE AL PORTALE
INSERZIONISTI**

<https://adv.auditel.it>

**CHI PRODUCE IL VIDEO SI
DEVE ISCRIVERE AL
PORTALE PER LA
GENERAZIONE DEI CUSV**

<https://cusv.auditel.it>

UNA ha identificato gli **aspetti da migliorare** per accelerare l'adozione del CUSV

AREA TECNICA

- 1) Anagrafica comune degli Advertiser
- 2) Codici univoci per soggetto
- 3) Granularità dei dati pubblicitari: i dati sono aggregati per canale di trasmissione
- 4) Tracciamento della corretta implementazione del CUSV
- 5) Integrazione con Audicom: adattare il CUSV alle tecnologie di tracciamento del JIC

AREA COMUNICATIVA

- 1) Mancanza di chiarezza sui ruoli nel processo CUSV (Agenzie, Clienti, Case di post-produzione e Concessionarie)
- 2) Assenza di una roadmap chiara e condivisa tra Auditel e software house
- 3) Mancanza di chiarezza sui perimetri di applicazione del CUSV

AREA COMMERCIALE

- 1) Necessità di chiarire i costi lungo tutta la filiera, dalla post-produzione alla distribuzione della rilevazione CUSV

UNA ha proposto anche delle possibili soluzioni

AREA TECNICA

- 1) Adozione della sistematiche di mercato (MMS o Nielsen) anche sulla parte digitale.
- 2) Implementare in piattaforma una funzione che riconosca i soggetti già esistenti.
- 3) Creazione di un'anagrafica pubblicitaria separata dall'editoriale.
- 4) Sistema di tracciamento accessibile agli analisti per verificare errori.
- 5) Garantire interoperabilità tra le rilevazioni Auditel e Audicom.

AREA COMUNICATIVA

- 1) Creazione di webinar e booklet esplicativi, supporto help desk.
- 2) Aggiornamenti mensili sulla roadmap, pubblicazione nei software di analisi.
- 3) Mappatura chiara e storicizzata delle coperture nei software di analisi.

AREA COMMERCIALE

- 1) Definizione chiara del modello economico e dei costi per tutti gli attori.

Un punto di partenza per la fase di risoluzione con tutti gli attori del mercato: UPA, FCP, AUDITEL e AUDICOM

AREA TECNICA

- 1) Adozione delle sistematiche di mercato (MMS o Nielsen) anche sulla parte digitale.
- 2) Implementare in piattaforma una funzione che riconosca i soggetti già esistenti.
- 3) Creazione di un'anagrafica pubblicitaria separata dall'editoriale.
- 4) Sistema di tracciamento accessibile agli analisti per verificare errori.
- 5) Garantire interoperabilità tra le rilevazioni Auditel e Audicom.

AREA COMUNICATIVA

- 1) Creazione di webinar e booklet esplicativi, supporto help desk.
- 2) Aggiornamenti mensili sulla roadmap, pubblicazione nei software di analisi.
- 3) Mappatura chiara e storicizzata delle coperture nei software di analisi.

AREA COMMERCIALE

- 1) Definizione chiara del modello economico e dei costi per tutti gli attori.



LUGLIO 2025

Le nostre **CALL TO ACTION** per il mercato

1.

ADVERTISER E AGENZIE

Salire a bordo del progetto CUSV già da ora, in modo da essere pronti e rodati quando sarà rilasciata la rilevazione Total Video Campaign.

2.

ADVERTISER E AGENZIE

Segnalare eventuali problematiche
riscontrate a Auditel in modo da indirizzare
immediatamente i lavori per individuare
soluzioni, a beneficio di tutto il mercato

3.

AUDITEL, AUDICOM, FCP, SOFTWAREHOUSE

Accelerare sul fronte pubblicitario

Mettere al centro i bisogni e le priorità di chi investe per portare innovazione



Aziende della
Comunicazione
Unite

Grazie per l'attenzione!

A cura di

Media Hub UNA

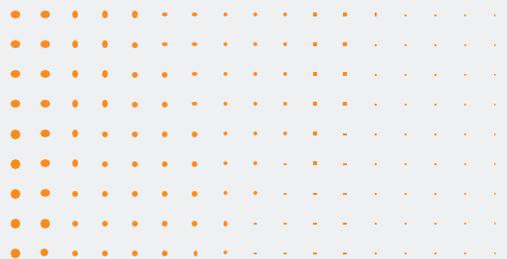
UNA – Aziende della Comunicazione Unite



Ora	Argomento	Relatore	Società/ Associazione
10:30	Apertura Workshop	Paolo Lugiato	Auditel
10:35	Il Cusv: Codice Univoco dello Spot Video	Mario Bramè Antonio Clerici	Auditel Audicom
10:50	Cusv: Accelerare sul fronte pubblicitario	Stefano Visintainer (OMG) Davide Mazzitelli (GroupM)	UNA
11:15	Cusv: Linee guida per un corretto tracciamento	Simone Branca (Rai Pubblicità)	FCP
11:30	Case Studies: le esperienze delle aziende	Assunta Timpone Edoardo Felicori Maria Vittoria Montanari	L'Oréal Ferrero Nestlé
11:50	Sezione Q&A		

CUSV

LINEE GUIDA PER UN CORRETTO TRACCIAMENTO





CODICE CUSV

il **Codice CUSV** è il sistema di tracciamento univoco dello spot video che deve essere **nativamente inserito** nella filiera di produzione e diffusione della campagna pubblicitaria

permette di **tracciare le campagne video** della **TV lineare**, delle **property digitali** (web, mobile) e della CTV

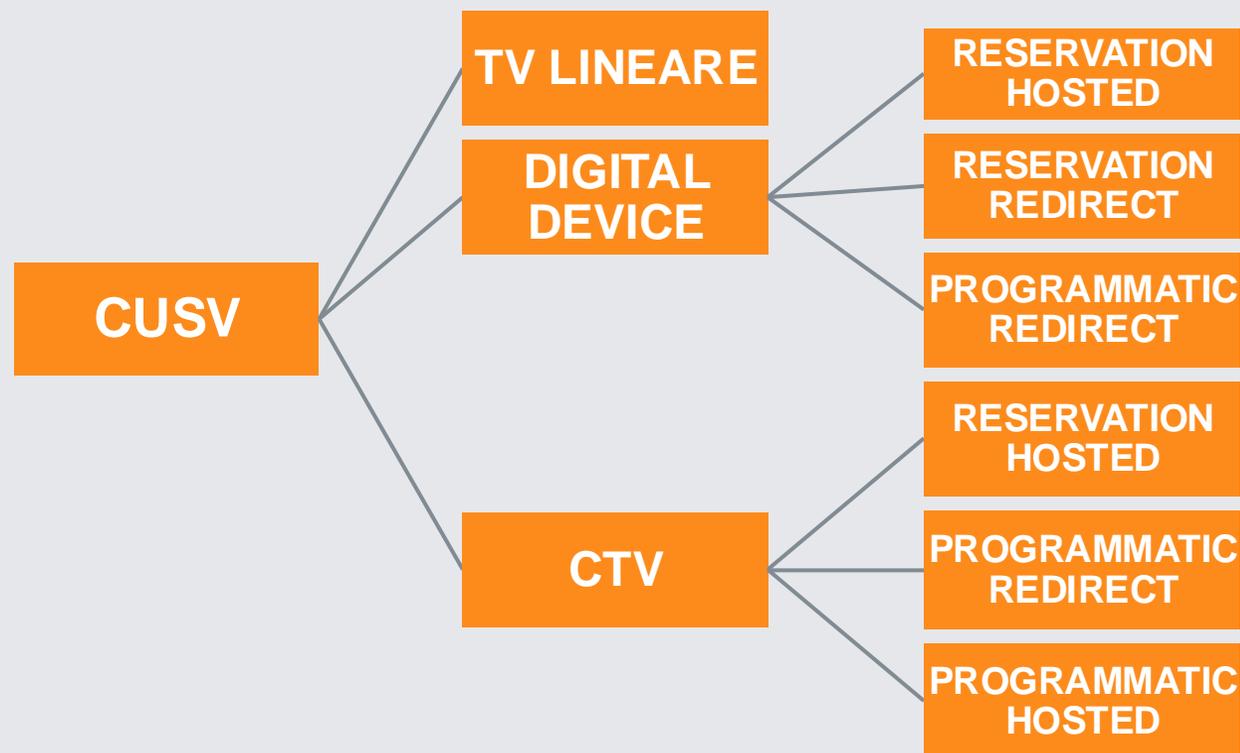
il suo utilizzo è **obbligatorio** a partire dal **01.07.2025**

la redazione di questo documento è stata curata da un **Tavolo di Lavoro allargato** (Auditel, Audicom, FCP, UNA, UPA) e rappresenta una prima stesura che verrà **progressivamente aggiornata**

CODICE CUSV

PERIMETRO

codice **CUSV**, una soluzione che permette di **tracciare le campagne video** su **tutti gli schermi** (TV lineare, digital device e CTV)





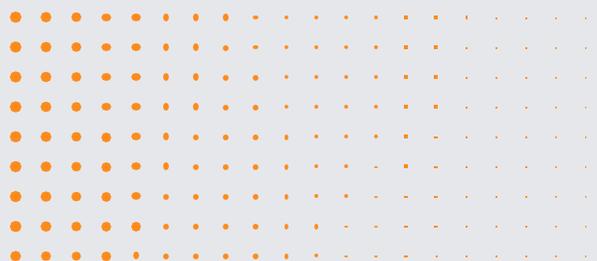
1

CAMPAGNE TV LINEARE

campagne erogate utilizzando esclusivamente la trasmissione tramite **Digitale Terrestre e Digitale Satellitare**

STEP	CHI	CHE COSA
#1	Casa di post-produzione	ottenere il codice CUSV dal portale cusv.auditel.it
#2	Casa di post-produzione	inserire il codice CUSV nell'AdRepository , contestualmente al caricamento della creatività, nel campo auditel_spot_id

nb: la Concessionaria si fa garante del corretto processo facendo in modo che la gestione della creatività attraverso l'utilizzo di un **AdRepository sia condizione necessaria**





2

CAMPAGNE DEVICE DIGITALI

RESERVATION HOSTED (esclusa CTV)

campagne video digitali **vendute in modo tradizionale** (i.e. vendita diretta) che sono erogate sulle **piattaforme digitali** (web e mobile) con i **materiali creativi** caricati **sull'Adserver della Concessionaria**

STEP COMUNI A TUTTE LE CONCESSIONARIE

STEP	CHI	AZIONE
#1	Casa di post-produzione	scarica il codice CUSV dal portale Auditel (cusv.auditel.it)
#2	Casa di post-produzione	comunica al Centro Media il codice CUSV inserendolo nel nome del file video (all'inizio del nome)
#3	Centro Media	consegna il file video rinominato con il codice CUSV (in testa al nome file) alla Concessionaria tramite e-mail, AdRepository o altro servizio di gestione dei materiali. nb. indicare il codice CUSV anche nel corpo dell'e-mail
#4	Concessionaria	carica la campagna sul proprio Adserver e inserisce il codice CUSV a livello di creatività



2

CAMPAGNE DEVICE DIGITALI

RESERVATION HOSTED (esclusa CTV)

DETTAGLIO PER CONCESSIONARIA

STEP	CairoRCS	MEDIAMOND	RAI PUBBLICITA'	SKY	WBD
#1					se filmato inviato tramite AdRepository , il codice CUSV va inserito nel campo auditel_spot_id
#2	Invio del file sulla casella e-mail traffico@rcs.it	Invio del file sulla casella e-mail operation@mediamond.it	Invio del file sulla casella e-mail trafficking@raipubblicita.it	Invio del file sulla casella e-mail dh.traffic@skytv.it	se filmato inviato via e-mail o altro servizio di trasferimento file, comunicare il codice CUSV sulla casella e-mail italy_adops@wbd.com



3

CAMPAGNE DEVICE DIGITALI

RESERVATION REDIRECT (esclusa CTV)

campagne video digitali **vendute in modo tradizionale** (i.e. vendita diretta) che sono erogate sulle **piattaforme digitali** (web e mobile) con i **materiali creativi** caricati **sull'Adserver del Brand/Centro Media**

STEP	CHI	AZIONE
#1	Casa di post-produzione	scarica il codice CUSV dal portale Auditel (cusv.auditel.it)
#2	Casa di post-produzione	comunica al Centro Media il codice CUSV inserendolo nel nome del file video (all'inizio del nome)
#3	Centro Media	integra il codice CUSV nel campo Universal Ad ID all'interno del tag VAST 4.0 e consegna il tag VAST 4.0 alla Concessionaria tramite e-mail, AdRepository o altro servizio di gestione dei materiali, riportando il codice CUSV anche all'interno del corpo dell'e-mail
#4	Concessionaria	carica il tag VAST 4.0 sul proprio Adserver (con il codice CUSV già integrato)



4

CAMPAGNE DEVICE DIGITALI

PROGRAMMATIC REDIRECT (esclusa CTV)

campagne video digitali **vendute in programmatic** che sono erogate sulle **piattaforme digitali** (web e mobile) con i **materiali creativi** caricati sull'Adserver del **Brand/Centro Media**

STEP	CHI	AZIONE
#1	Casa di post-produzione	scarica il codice CUSV dal portale Auditel (cusv.auditel.it)
#2	Casa di post-produzione	comunica al Centro Media il codice CUSV inserendolo nel nome del file video (all'inizio del nome)
#3	Centro Media	integra il codice CUSV nel campo Universal Ad ID all'interno del tag VAST 4.0 e carica il tag in DSP (Advertiser Hosted)
#4	Concessionaria	configura opportunamente il Deal Programmatic nella propria SSP (Supply Side Platform)



5

CAMPAGNE CTV

RESERVATION HOSTED

campagne video **vendute in modo tradizionale** (i.e. vendita diretta) che sono erogate su **CTV** con i **materiali creativi** caricati **sull'Adserver della Concessionaria**

STEP COMUNI A TUTTE LE CONCESSIONARIE

STEP	CHI	AZIONE
#1	Casa di post-produzione	scarica il codice CUSV dal portale Auditel (cusv.auditel.it)
#2	Casa di post-produzione	comunica al Centro Media il codice CUSV inserendolo nel nome del file video (all'inizio del nome)
#3	Centro Media	consegna il file video rinominato con il codice CUSV (in testa al nome file) alla Concessionaria tramite e-mail, AdRepository o altro servizio di gestione dei materiali. nb. indicare il codice CUSV anche nel corpo dell'e-mail
#4	Concessionaria	carica la campagna sul proprio Adserver e inserisce il codice CUSV a livello di creatività



5

CAMPAGNE CTV

DETTAGLIO PER CONCESSIONARIA

STEP	CairoRCS	PUBLITALIA	RAI PUBBLICITA'	SKY	WBD
#1				Il codice va inserito negli AdRepository , nel campo auditel_spot_id	se filmato inviato tramite AdRepository , il codice CUSV va inserito nel campo auditel_spot_id
#2	Invio del file sulla casella e-mail traffico@rcs.it	tramite video delivery e invio notifica all'indirizzo ops_ctv@publitalia.it	Invio del file sulla casella e-mail trafficking@raipubblicita.it	tramite AdRepository e invio notifica all'indirizzo adv-traffic@skytv.it	se filmato inviato via mail o altro servizio di trasferimento file, comunicare il codice CUSV sulla casella e-mail italy_adops@wbd.com

RESERVATION HOSTED



6.a

CAMPAGNE CTV

PROGRAMMATIC REDIRECT

PUBLITALIA, WBD

campagne video **vendute in programmatic** che sono erogate su **CTV** con i **materiali creativi** caricati sull'Adserver del **Brand/Centro Media**

STEP COMUNI A PUBLITALIA, WBD

STEP	CHI	AZIONE
#1	Casa di post-produzione	scarica il codice CUSV dal portale Auditel (cusv.auditel.it)
#2	Casa di post-produzione	comunica al Centro Media il codice CUSV inserendolo nel nome del file video (all'inizio del nome)
#3	Centro Media	integra il codice CUSV nel campo Universal Ad ID all'interno del tag VAST 4.0 e carica il tag in DSP (Advertiser Hosted)
#4	Concessionaria	configura opportunamente il Deal Programmatic nella propria SSP (Supply Side Platform)



7.a

CAMPAGNE CTV

PROGRAMMATIC HOSTED

PUBLITALIA, SKY, WBD

campagne video **vendute in programmatic** che sono erogate su **CTV** con i **materiali creativi** caricati sull'Adserver della **Concessionaria**

STEP COMUNI A PUBLITALIA, SKY, WBD

STEP	CHI	AZIONE
#1	Casa di post-produzione	scarica il codice CUSV dal portale Auditel (cusv.auditel.it)
#2	Casa di post-produzione	comunica al Centro Media il codice CUSV inserendolo nel nome del file video (all'inizio del nome)
#3	Centro Media	inserisce il codice CUSV nel campo Universal Ad ID sulla propria DSP (Demand Side Platform)
#4	Concessionaria	configura opportunamente il Deal Programmatic nella propria SSP (Supply Side Platform)



7.b

CAMPAGNE CTV

PROGRAMMATIC HOSTED

CairoRCS,
Rai Pubblicità

campagne video **vendute in programmatic** che sono erogate su **CTV** con i **materiali creativi** caricati sull'Adserver della **Concessionaria**

STEP COMUNI A CairoRCS, RAI PUBBLICITÀ

STEP	CHI	AZIONE
#1	Casa di post-produzione	scarica il codice CUSV dal portale Auditel (cusv.auditel.it)
#2	Casa di post-produzione	comunica al Centro Media il codice CUSV inserendolo nel nome del file video (all'inizio del nome)
#3	Centro Media	consegna il file video rinominato con il codice CUSV (in testa al nome file) alla Concessionaria tramite e-mail, AdRepository o altro servizio di gestione dei materiali. nb. indicare il codice CUSV anche nel corpo dell'e-mail
#4	Concessionaria	carica la campagna sul proprio Adserver/SSP e inserisce il codice CUSV a livello di creatività

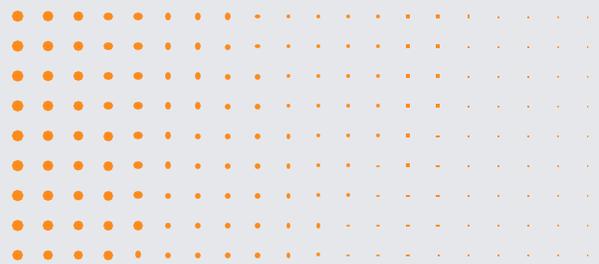


CAMPAGNE PROGRAMMATIC DIGITAL DEVICE / CTV

ISTRUZIONI DSP Google DV360

per le campagne Programmatic, il Codice CUSV va inserito nella DSP del Centro Media

Universal Ad ID: Codice CUSV
Registry: Display & Video 360

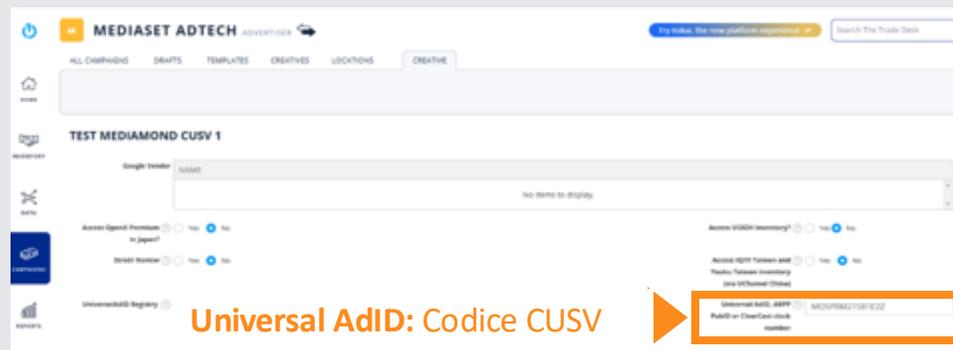




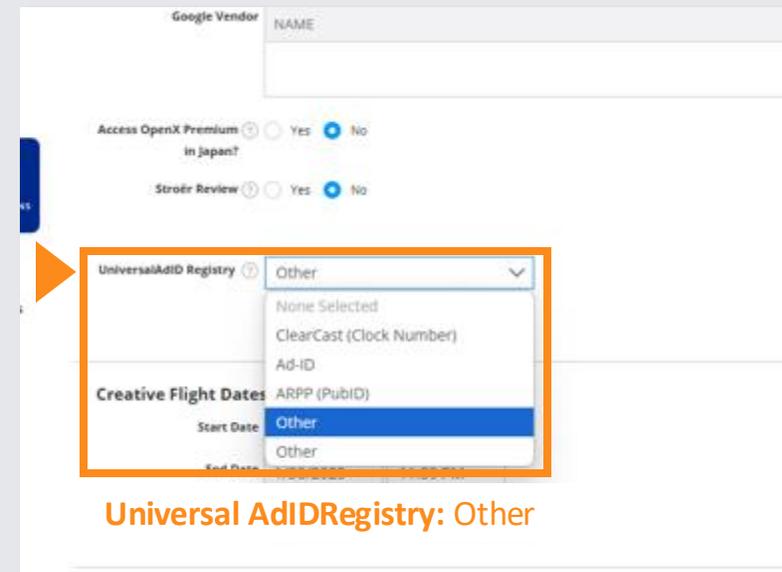
CAMPAGNE PROGRAMMATIC DIGITAL DEVICE / CTV

ISTRUZIONI DSP The Trade Desk

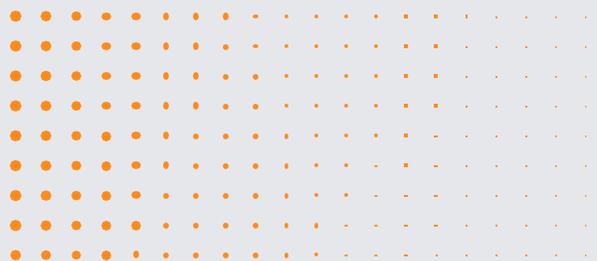
per le campagne Programmatic, il Codice CUSV va inserito nella DSP del Centro Media



Universal AdID: Codice CUSV



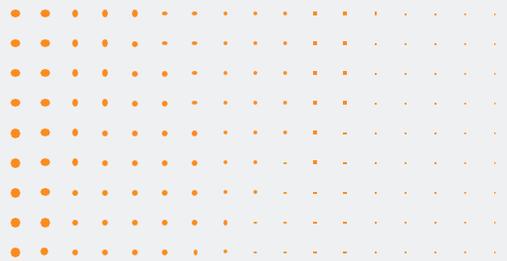
Universal AdID Registry: Other





CODICE CUSV

- il presente documento sarà caricato sul **sito Auditel** per essere a disposizione di tutti gli Operatori del mercato
- ciascuna Concessionaria arricchirà le proprie **specifiche tecniche** aggiungendo le indicazioni utili alla **corretta implementazione del codice di tracciamento CUSV** e fornirà il **necessario supporto** attraverso i propri **Team AdOperation**

A background image showing a wall covered in a grid of children's drawings. The drawings are colorful and depict various scenes, including landscapes, animals, and abstract shapes. In the foreground, a person's hand is visible, holding a black tablet or folder.

GRAZIE



Ora	Argomento	Relatore	Società/ Associazione
10:30	Apertura Workshop	Paolo Lugiato	Auditel
10:35	Il Cusv: Codice Univoco dello Spot Video	Mario Bramè Antonio Clerici	Auditel Audicom
10:50	Cusv: Accelerare sul fronte pubblicitario	Stefano Visintainer (OMG) Davide Mazzitelli (GroupM)	UNA
11:15	Cusv: Linee guida per un corretto tracciamento	Simone Branca (Rai Pubblicità)	FCP
11:30	Case Studies: le esperienze delle aziende	Assunta Timpone Edoardo Felicori Maria Vittoria Montanari	L'Oréal Ferrero Nestlé
11:50	Sezione Q&A		

I VANTAGGI DEL CUSV PER IL MERCATO PUBBLICITARIO

TOTAL ADV CAMPAIGN

È requisito essenziale per la post-valutazione completa delle campagne pubblicitarie video cross-mediali (online+offline) e per analizzare l'apporto di ciascuna componente

STRATEGICO

offre a ciascun inserzionista la possibilità di ottimizzare le proprie pianificazioni video crossmediali, attraverso decisioni strategiche basate sui dati.

TRASPARENZA GARANTITA

sistema di rilevazione di terza parte, garantita da un JIC imparziale e con rigore metodologico basato su regole condivise dalle associazioni del mercato pubblicitario (advertisers, centri media, concessionarie, broadcasters, editori).

TRACCIAMENTO

abilita la rilevazione della fruizione dei video pubblicitari erogati da Broadcasters ed editori nei contenuti live e on demand su tutti i device digitali (Smart TV, Cellulare, PC, Tablet, Game Console).

ARMONIZZAZIONE

Facilita e velocizza il riconoscimento e la classificazione degli spot pubblicitari trasmessi sulla Tv Tradizionale e quelli erogati sui device digitali.

ESTENDIBILE

Il perimetro di applicazione può essere esteso a qualsiasi veicolo/file pubblicitario digitale. Ad esempio: banner; video pubblicità esterna; cinema; file audio/radio; ecc.