

Marcas mundiales, editoriales europeas y socios retail recurren a la versión europea de UID para mantener una publicidad relevante

Bacardi, Kimberly-Clark, Aller Media, Future, gutefrage.net, highfive, OneFootball, Prisma Media y Tesco Media & Insights Platform adoptan un nuevo marco de identidad centrado en la privacidad para ofrecer a los consumidores europeos un mejor control de sus datos

European Unified ID (EUID), una nueva solución de identidad desarrollada específicamente para el mercado europeo, está ganando adeptos en toda Europa, incluidas marcas mundiales, editoriales europeas muy reconocidas y socios retail. EUID se basa en Unified ID 2.0 (UID2), un nuevo enfoque de la identidad que ha sido adoptado por gran parte del sector. Entre las marcas y publishers que han empezado a utilizar EUID se encuentran Bacardi, Kimberly-Clark, Aller Media, Future, gutefrage.net, highfive, OneFootball, Prisma Media y Tesco Media & Insights Platform, impulsada por dunhumby.

Con las normativas establecidas sobre los datos de los consumidores en toda Europa, las marcas y los publishers han explorado mejores formas de ofrecer experiencias publicitarias a los consumidores, respetando al mismo tiempo la privacidad de los consumidores y las normas sobre datos. Basado en los mismos principios que UID2, su homólogo europeo, EUID, trata de abordar la normativa europea sobre privacidad de datos, al tiempo que ofrece a los consumidores europeos un mayor control de sus datos mediante avisos de privacidad y exclusiones voluntarias fáciles de identificar.

"Se está produciendo un importante debate en todo el mundo sobre cómo preservar el intercambio de valor de la publicidad relevante, al tiempo que se respeta la privacidad del consumidor. Y en ningún lugar es esto más evidente que en Europa", señala Samantha Jacobson, Chief Strategy Officer de The Trade Desk. "Los anunciantes y publishers europeos deben superar un listón muy alto en lo que respecta a la privacidad de los datos y el consentimiento de los consumidores. Como solución específica para Europa, EUID está anclada en las condiciones de privacidad propias de la región. Nuestras asociaciones con anunciantes, publishers y organizaciones del sector nos han permitido construir un marco de identidad que ayuda a las marcas a llegar a los consumidores europeos con publicidad relevante, al tiempo que les da la capacidad de controlar sus datos".

Basada en datos autenticados, EUID es un protocolo de código abierto e interoperable con otras soluciones de identidad autenticada en todo el ecosistema publicitario. Esta interoperabilidad permite a los anunciantes crear campañas publicitarias holísticas que llegan a los consumidores a través de los canales digitales de más rápido crecimiento en el internet abierto, donde las cookies de terceros no están presentes, como la televisión conectada, las aplicaciones móviles y la transmisión de audio.

Comentarios seleccionados de anunciantes y publishers sobre EUID:

Bacardi

"Bacardi apoya nuevas soluciones como EUID, desarrolladas para ayudar a mejorar la experiencia publicitaria de los consumidores y subir el listón de la privacidad", declaró Lucy King, Directora Global de Medios de Bacardi.

Kimberly-Clark

"Se trata de una oportunidad crucial para construir la mejor versión de nuestra experiencia de consumo en toda nuestra cartera de marcas del Internet abierto. Con EUID, Kimberley-Clark puede maximizar sus datos first-party para ofrecer una experiencia de cliente más rica, unificada y centrada en la privacidad en todos los canales", ha declarado Scott Bodie, responsable digital de Kimberly-Clark en el Reino Unido.

Aller Media

"Estamos muy contentos de poder trabajar con EUID para ayudarnos a nosotros y a nuestros clientes a monetizar las campañas y garantizar la frecuencia y la calidad en las mismas. Estamos deseando poder visualizarlo para nuestros compradores y seguir siendo así una parte importante de este ecosistema", ha declarado Martin Sundell, responsable de programmatic de Aller Media.

Future

"Future se complace en profundizar su relación con The Trade Desk apoyando la introducción de EUID. Creemos firmemente en un ecosistema publicitario que dé prioridad a la privacidad y en soluciones que apoyen la capacidad de las marcas para conectar directamente con los principales publishers premium como Future, que pueden cumplir sus objetivos de marketing", dijo Nick Flood, Director de Operaciones de Ingresos Globales de Future.

gutefrage.net"highfivve

"Como publisher y empresa dedicada a la venta programática, nos satisface expresar nuestro apoyo a la European Unified ID (EUID), una innovadora solución de identidad adaptada al mercado europeo. Adoptar EUID nos permite, como publishers, desbloquear nuevas posibilidades y elevar nuestras capacidades publicitarias para ofrecer experiencias personalizadas a nuestra valiosa audiencia", dijo Martin Pichler, Director de Ventas de gutefrage.net"highfivve

OneFootball

"Como plataforma mundial líder para los aficionados al fútbol, EUID es esencial para OneFootball, por lo que estamos muy contentos de asociarnos con The Trade Desk, que está a la vanguardia en este importante ámbito. Los aficionados acuden a OneFootball en busca de noticias de última hora, resúmenes y retransmisiones en directo, así como estadísticas y resultados en directo de cientos de ligas y competiciones de todo el mundo, además de sentirse parte de una comunidad global de aficionados. Para nosotros, los aficionados son lo primero, por lo que es imperativo dar a nuestros usuarios el control sobre sus datos cuando acceden a nuestra plataforma, al tiempo que mantenemos relaciones sostenibles con los anunciantes para poder seguir ofreciendo un servicio de uso gratuito a los aficionados al fútbol de todo el mundo", declaró Patrick Fisher, Director Comercial de OneFootball.

Prisma Media

"Prisma Media Solutions se enorgullece de ser uno de los pioneros en Europa en adoptar el

identificador EUID. Este avance promete transformar el ecosistema digital, ofreciendo una alternativa al final de las cookies de terceros. Esta iniciativa forma parte de la estrategia global de Prisma Media iniciada hace unos años. Con ella reafirmamos nuestro compromiso con nuestros clientes ofreciéndoles soluciones de segmentación publicitaria relevantes, al tiempo que construimos un mundo más respetuoso con la privacidad de los internautas", ha declarado Bastien Deleau, Directeur Exécutif Adjoint de Prisma Media.

Datos de contacto:

Sandra Gonzalez
690813626

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Comunicación Marketing Programación Software Otros Servicios](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>