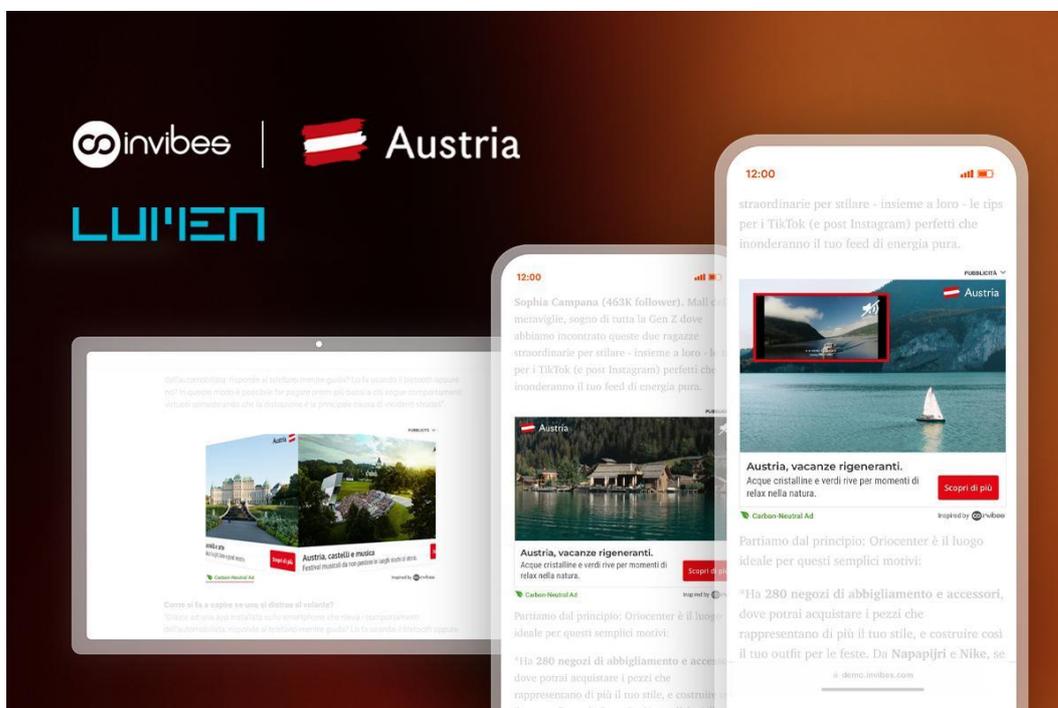


Comunicato stampa

Sustainable Ads e Positive Attention: Invibes e Austria Turismo raccontano allo IAB Forum la campagna estiva interamente green

Milano, 9 novembre 2023 – Invibes Advertising (Invibes), tech company internazionale specializzata nell'innovazione del digital advertising tramite formati in-feed, ha condiviso allo IAB Forum i risultati della campagna eco-friendly pensata per Austria Turismo.



Acque cristalline, panorami mozzafiato, villaggi ricchi di tradizione e castelli dove si respira la storia sono gli elementi che hanno costituito l'estate 2023 promossa da Austria Turismo all'insegna della bellezza e del benessere. Considerando il proprio patrimonio territoriale come un prezioso tesoro da conservare, l'ente turistico si è affidato all'offerta sostenibile di Invibes attivando l'[Invibes Carbon-Neutral label](#) su tutte le campagne in-feed erogate. L'attività si è svolta in due flight sfruttando il formato display interattivo Invibes Cube per stimolare l'engagement e i formati video Full Play e Play Creative per far risaltare al meglio la meraviglia dei paesaggi austriaci. Il target è stato definito con il cliente per quanto riguarda socio-demo (M/F – 30-64), interessi (viaggi, arte, famiglia) e personalità (eco-friendly, high consciousness, socievole).

“Viaggiatori e viaggiatrici di oggi vogliono portare con sé qualcosa di reale, immergersi nella natura e nella cultura, entrare in relazione con l'ambiente e connettersi con le persone del posto” dichiara **Herwig Kolzer, Direttore Ente Nazionale Austriaco per Italia e Spagna**. “La nostra campagna video ha come protagonist* persone autentiche che vivono e lavorano nei territori dei laghi austriaci, dove acque pulite e paesaggi protetti costituiscono gli ambienti ideali anche per vacanze rigeneranti”.

E' questa la case history presentata al workshop IAB Forum “*Sustainable Advertising in the Digital Era: creating Positive Attention for Austria Turismo*” come testimonianza della buona riuscita della strategia Invibes. Una comunicazione azzeccata e apprezzata dai consumatori, come dimostrano i risultati ottenuti dall'Attention Study svolto in partnership con Lumen. La campagna, infatti, ha ottenuto un APM (Attentive Seconds per 1000 Impression) estremamente positivo che supera del 186% il benchmark Lumen per quanto riguarda la display e del 146% il video. Allo stesso modo, l'Average Dwell Time, ovvero il tempo medio in cui l'occhio si sofferma sull'ad unit, ha superato ampiamente i parametri medi di Lumen per tutte le creatività, registrando un tempo di permanenza medio che si inserisce nel range ideale di 3-7 secondi individuato da IAS per ottenere un incremento di vendite e di ROI¹. Anche le metriche più tradizionali hanno riscontrato risultati sopra la media con una Viewability del +13% e un VTR del +10% rispetto ai benchmark Invibes.

Questi dati confermano la riuscita dell'approccio di Invibes per catturare la positive attention dei consumatori tramite un mix di formati d'impatto, posizionamento di qualità e Smart Targeting. L'attention si sta rivelando non solo una metrica sempre più utile per ottenere migliori risultati di branding a lungo termine, ma anche uno strumento per rendere le campagne più sostenibili. Analizzando le metriche di attention, infatti, è possibile individuare il target realmente interessato al brand e al messaggio, permettendo in questo modo di concentrarsi sulle persone giuste ed evitando la produzione di CO2 con l'erogazione di impression che non verranno considerate dagli utenti non interessati. Positive attention e Carbon-Neutral label sono alla base dell'Invibes Sustainability Initiative per rendere il digital advertising più eco-sostenibile.

“Siamo molto felici di aver portato una campagna come quella creata per Austria Turismo come esempio di successo in un contesto come lo IAB Forum” afferma **Simone Casarin, Head of Sales in Invibes Advertising**. “Abbiamo parlato dell'importanza di un digital advertising più sostenibile e della formula Invibes per ottenere ottimi risultati di branding a basso impatto ambientale. La riuscita estremamente positiva di questa attività è la dimostrazione del fatto che risultati, crescita ed ecosostenibilità possono, e devono, andare di pari passo”.

Profilo di Invibes Advertising

Invibes Advertising (Invibes) è una tech company internazionale specializzata nell'innovazione del digital advertising.

Fondata sulla convinzione che l'efficacia del digital advertising deriva dall'essere realmente innovativi e naturalmente coinvolgenti per gli utenti, Invibes ha sviluppato

¹ [IAS – Taking Action on Attention](#)

una piattaforma tecnologica integrata che consente ai brand di raggiungere i consumatori attraverso una pubblicità in-feed di grande impatto.

Invibes assicura un advertising che crea positive attention sfruttando la potenza di big data, formati in-feed innovativi, wide reach e ampi servizi di intelligence.

Precursora del sustainable advertising, Invibes offre anche una soluzione unica per compensare le emissioni delle sue campagne attraverso la Carbon-Neutral label.

Per collaborare con alcuni dei più grandi marchi mondiali, come Amazon, Bacardi, Dell, IKEA e Toyota, ci affidiamo a persone ancora più grandi. In Invibes lavoriamo per mantenere un ambiente dinamico e aperto che promuova una cultura creativa, di crescita e di #GoodVibes, e che traspare direttamente ai nostri clienti.

Vuoi saperne di più su Invibes? Visita: www.invibes.com

Invibes Advertising è quotata sulla borsa Euronext (Ticker: ALINV - ISIN: BE0974299316)

I nostri ultimi comunicati stampa sono disponibili su:

<https://www.invibes.com/it/it/investors.html>

Per tutte le news in tempo reale su Invibes Advertising seguite gli account:

LinkedIn @Invibes Advertising **X** @Invibes_adv

Contatti PR:

Alvise Zennaro

Country Director Italy

+39 348 3386950

+39 02 92852620

alvise.zennaro@invibes.com

Kris Vlaemynck

co-CEO

kris.vlaemynck@invibes.com