

Estándares de la industria

# Presentación estelar de AdsML 1.0 durante la IfraExpo 2003

**Uno de los ‘platos fuertes’ de la IfraExpo 2003 fue el lanzamiento de AdsML 1.0, el estándar internacional para el intercambio digital de información publicitaria. Basado en la ya conocida y bien aceptada extensión eXtensible Markup Language (XML), AdsML sale al mercado en una primera fase para obtener y valorar la respuesta y reacción de la industria, para sondear la aceptación y ver cómo se llevará a cabo su implementación.**

AdsML 1.0 es el primer producto del consorcio AdsML, una nueva asociación de la industria apoyada por Ifra y por la Newspaper Association of America (NAA).

El estándar AdsML ha sido concebido para ayudar a los editores, anunciantes y otros participantes de la cadena de sumi-

nistro de anuncios a automatizar procesos que hasta ahora se llevan a cabo de forma manual. La implementación de AdsML acortará los cierres de redacción, ahorrará tiempo y dinero, permitirá reducir errores y creará nuevas oportunidades de negocio para todos los implicados. AdsML 1.0 define un formato de mensaje XML que provee un mecanismo directo y fácil de implementar para intercambiar información publicitaria entre diferentes sistemas de software. Esta norma está considerada como un desarrollo mayor para todas las partes implicadas. “Este estándar responde a las múltiples necesidades de todos los segmentos de la cadena publicitaria y es el primer paso para atraer a nuevos mercados con la ayuda de una tecnología presente y futura”, explica Harald Löffler, responsable de investigación en Ifra y presidente del consorcio AdsML. “Es un día memorable para las industrias de la edición y de la publicidad”, añade David Jones, director general de Vio

Worldwide en Londres, Reino Unido. “Ahora cada uno puede analizar cómo reducir sus costes en el futuro, o mejorar su rapidez de reacción frente al mercado, gracias a la automatización y el tratamiento de sus transacciones comerciales.”

La especificación AdsML está basada en el lenguaje de etiquetas extensible XML. Une entre sí los procesos comerciales que se producen en el ciclo de vida de un anuncio, y facilita las conexiones entre estos procesos. La norma reposa sobre otras normas ya establecidas en la industria. AdsML define también las especificaciones para la gestión de órdenes y de facturación. “En la actualidad, los anuncios se venden y se producen con diversos sistemas y procesos publicitarios que son más complejos y más caros de lo necesario”, comenta Alan Marshall, director de Associate Mediabase en Londres. “Un proceso que defina los datos de forma más racional y basada en XML podría reducir costes de forma significativa. AdsML es la solución perfecta y permitirá economizar tiempo y dinero”.

Jack Knadjian, responsable de desarrollo comercial estratégico de los periódicos en Agfa-Gevaert N.V. en Anvers sostiene que “la automatización del flujo de los procesos comerciales es un proceso continuo que reduce costes. Los servicios publicitarios deben automatizar sus procesos, tarde o temprano. Una de las formas de facilitar la automatización de las funciones es crear normas, crear un estándar XML que englobe los estándares ya existentes y los complete. En Agfa siempre hemos estado a favor de la creación de normas. Hemos sido uno de los fundadores de CIP4 y estamos orgullosos de ser uno de los miembros fundadores de AdsML”.

Si bien no son del todo completas, ya existen algunas normas para aspectos específicos en el ciclo de vida de un anuncio. Desde que el consorcio AdsML se propuso hacer del AdsML una norma ‘todo en uno’, lanzó el proyecto ‘Advertising Standards Matrix’, destinado a analizar los estándares existentes y venideros para los medios, encargados de gestionar los procesos del ciclo



## La pareja del año: AdsML y Ad/Venture

AdsML y el proyecto Ad/Venture –una iniciativa regional de agencias de medios y editores holandeses– anunciaron el mes pasado un acuerdo para compartir información sobre análisis de procesos de negocios y favorecer el orden en el complejo proceso publicitario de los mercados locales y globales. Estos grupos tienen la intención de sintonizar sus estándares complementarios.

AdsML y Ad/Venture planean potenciar recursos técnicos y de otro tipo para mejorar los procesos de negocio y evitar tener que duplicar esfuerzos. Los enfoques y mecanismos de Ad/Venture y de AdsML son compatibles y perfectamente complementarios, según dicen sus desarrolladores. Las organizaciones representan dos posturas diferentes frente a los desafíos que se le presentan a la industria, y trabajan en distintos niveles del flujo de trabajo publicitario.

Diseñado para solucionar problemas derivados de la comunicación entre distintas partes que utilizan Internet para realizar su trabajo, AdsML tiene un enfoque globalizador. De momento, Ad/Venture limita su alcance a la formalización de una orden publicitaria para medios impresos en Holanda. En su implementación inicial se servirá de una red de comunicaciones ‘third-party’ on-line protegida y abierta sólo a participantes. En este entorno, ha construido un modelo para rellenar órdenes y procesar contratos. Ad/Venture implementó la primera fase de su estándar en octubre, lo que la convirtió en la primera organización del mundo que disfruta y constata los beneficios de una integración de agencias de medios y sistemas de publicación basada en estándares.

publicitario. AdsML conciliará los puntos conflictivos de diferentes estándares.

“El ‘Advertising Standards Matrix’ proporcionará un menú coherente a partir del cual los usuarios podrán seleccionar el formato que mejor se adapte a cada información publicitaria que deban transmitir” explica Tony Stewart, director del grupo de trabajo técnico de AdsML y director de consultoría en RivCom, Swindon (Reino Unido). “Las conversaciones con proveedores y editores han demostrado que esta directiva es una necesidad real y urgente”.

### El futuro de la industria reposa sobre la noción de convergencia

La primera versión de AdsML ha sido hecha a la medida de las exigencias de periódicos y revistas, y de los anuncios creados para estas publicaciones; pero también para anuncios clasificados, SMS y MMS. La próxima versión se espera para 2004, y creará estándares para radiodifusión y

otros medios, ‘banners’, ‘pop-up’ y clasificados para la red, carteleras, publicidad exterior, así como publicidad en cines.

El AdsML se asemeja a un sobre que contiene otros sobres. Estos otros sobres contienen objetos como información sobre el encargo, contenido creativo, datos sobre el pago y la facturación, etc. Un procesador AdsML toma esta información de la aplicación en la que se encuentra, y determina a dónde y cómo ha de ser enviada. Los paquetes se identifican y etiquetan convenientemente y se transfieren al sistema de comunicación correspondiente.

En el sistema receptor sucede lo mismo pero a la inversa. Una vez comprobada la autenticidad del emisor, el mensaje se ‘desempaqueta’ y se envía a la aplicación correspondiente para su procesamiento.

### De los documentos al software

Como cualquier otro estándar de información digital, AdsML 1.0 es sólo un

grupo de documentos. No proporcionará beneficios concretos hasta que los vendedores e integradores ofrezcan sistemas válidos para AdsML. Para muchos proveedores esto implicará la necesidad de tener que adaptar sus aplicaciones ya existentes a un procesador AdsML en sus sistemas. Algunos de ellos han anunciado ya su intención de desarrollar un procesador AdsML independiente tan pronto como se constate que el mercado apoyará estos esfuerzos.

Tras este lanzamiento, AdsML 1.0 inaugura un período de evaluación y reacción entre el público. Durante este tiempo esperamos poder asistir a diversas implementaciones que impliquen a editores y anunciantes en los mercados europeos y estadounidenses. Estas primeras instalaciones nos darán muestra de cómo esta arquitectura AdsML tiene previsto cumplir sus promesas.

Si desea conocer más sobre AdsML, diríjase al sitio [www.adsmml.org](http://www.adsmml.org) <

# NAPP®



A company of

**MacDermid**  
Printing Solutions

***Calidad + Rentabilidad + Respeto al medio ambiente***

**=**

***PERIÓDICO - FLEXO - IMPRESIÓN***

**NAPP Systems (Europe) Ltd.**  
Filial Oberursel  
Füllerstrasse 4  
D-61440 Oberursel/Ts.  
Tel.: (0 61 71) 5 70 79  
Fax: (0 61 71) 5 32 68  
E-mail: [wgerza@macdermid.com](mailto:wgerza@macdermid.com)

**MacDermid Printing Solutions**  
5210 Phillip Lee Drive  
Atlanta, GA 30336  
USA  
Tel.: ++1 / 404 / 696 / 45 65  
Fax: ++1 / 404 / 699 / 33 54  
web: [www.macdermid.com](http://www.macdermid.com)