

Nota de prensa

Invibes Advertising publica una evaluación de su rendimiento energético y anuncia unos ambiciosos objetivos

Madrid, 14 de noviembre de 2022 – Invibes Advertising, empresa de tecnología avanzada especializada en publicidad digital, publica los resultados de una evaluación de su rendimiento energético y anuncia una serie de ambiciosos objetivos para los próximos años.

En un contexto de creciente preocupación por el cambio climático a escala mundial, el impacto medioambiental de las actividades digitales es objeto de un examen cada vez más exhaustivo. De hecho, se estima que el entorno digital fue responsable del 3,8 % de las emisiones mundiales de gases con efecto invernadero en 2019. Este porcentaje está aumentando rápidamente y podría alcanzar entre el 5 % y el 8 % en 2025. En comparación, la aviación mundial supuso menos del 2 % de las emisiones de gases con efecto invernadero en 2016.

Mientras que el 44 % de las emisiones digitales de gases con efecto invernadero proceden de la fabricación de los equipos, el 56 % tiene que ver con el uso de los servicios (consumo de energía de los servidores, la red y los dispositivos de los usuarios finales)ⁱ. Dado que una parte importante de ese uso está relacionado con la publicidad digital, el sector tiene un papel que desempeñar en la reducción de las emisiones globales de gases con efecto invernadero.

Para contribuir a ese importante esfuerzo, Invibes Advertising ha puesto en marcha un programa interno para evaluar y mejorar su rendimiento energético y especialmente el impacto de sus campañas publicitarias digitales.

Evaluación general del mix energético de Invibes Advertising

El consumo directo de energía del Grupo en sus distintas oficinas es solo una pequeña parte de su consumo total. La parte más significativa está relacionada con sus servidores externalizados.

Los servidores de la empresa están alojados en dos proveedores de servicios principales que representan el 99 % de la carga media de sus servidores. Uno de ellos funciona con un 100 % de electricidad verde y el otro con un 78 % de energía renovable.

Además, Invibes Advertising ejecuta algunas de sus aplicaciones utilizando servicios en la nube neutros en carbono.

Impacto de las campañas de Invibes Advertising

La empresa realizó una evaluación de la huella de carbono media de sus campañas publicitarias en septiembre de 2022.

El primer paso fue calcular la huella de carbono de la plataforma tecnológica de Invibes Advertising por cada impresión publicitaria:

- Las características de carga y potencia en reposo de cada uno de nuestros servidores subcontratados, así como los servicios en la nube que utilizamos, nos permitieron evaluar el consumo total de energía de la plataforma en septiembre de 2022.
- Gracias a la información sobre el rendimiento medioambiental de los proveedores de servicios que albergan nuestros servidores, pudimos calcular la huella de carbono del consumo energético de la plataforma en septiembre de 2022.
- Al conocer el número de impresiones publicitarias impulsadas por la plataforma en septiembre de 2022, calculamos su huella de carbono por cada 1000 impresiones publicitarias.

El segundo paso fue calcular la huella de carbono de una impresión publicitaria por parte del usuario final:

- Recopilamos el número de impresiones publicitarias por cada tipo de dispositivo utilizado para ver nuestros anuncios en septiembre de 2022.
- Basándonos en el tiempo medio de carga por impresión publicitaria y en la potencia media de cada tipo de dispositivo (ordenador, tableta o teléfono móvil), estimamos el consumo de energía de nuestras impresiones publicitarias en septiembre de 2022 por parte del usuario final.
- Al conocer la ubicación de quienes veían nuestros anuncios, utilizamos los datos publicados por cada país para calcular la huella de carbono del consumo de electricidad derivado de nuestras impresiones publicitarias en septiembre de 2022 por parte del usuario final.

Por último, calculamos la huella de carbono de la red entre nuestros servidores y el usuario final:

- Al conocer el tamaño del formato de cada una de nuestras impresiones publicitarias, determinamos la cantidad total de datos asociados a nuestras campañas en septiembre de 2022.
- Las estimaciones de la intensidad energética de Internet (kWh/GB) varían según los estudios. Basamos nuestro cálculo en un estudio publicado por la División de Investigación Energética y Tecnologías Limpias de la Oficina Federal de Energía de Suiza (Coroama, junio de 2021).
- Esto nos permitió evaluar el consumo energético de nuestras impresiones publicitarias de septiembre de 2022 relacionadas con el tráfico de red.
- Utilizando de nuevo la ubicación de quienes veían nuestros anuncios y los datos oficiales sobre las fuentes de electricidad en los países correspondientes, calculamos la huella de carbono del consumo de energía de nuestras impresiones publicitarias de septiembre de 2022 relacionadas con el tráfico de la red.

Este cálculo global dio como resultado un consumo medio de energía de 0,22 kWh por cada 1000 impresiones publicitarias en septiembre de 2022, lo que significa una media de 26,1 gramos de emisiones de CO₂ por cada 1000 impresiones publicitarias. En

comparación, se calcula que una campaña de visualización media emite 30 gramos de CO2 por cada 1000 impresiones publicitariasⁱⁱ.

Creemos que, en gran medida, la menor huella de carbono de las campañas de Invibes se debe a la naturaleza totalmente integrada de su plataforma tecnológica, que hace posibles unos procesos eficientes, así como a la baja huella de carbono de los servidores de la empresa. Además, el hecho de que muchos de quienes ven nuestros anuncios estén en Francia tiene un impacto positivo, ya que la huella de carbono de la electricidad de ese país es relativamente baja.

Además de la huella de carbono de las impresiones publicitarias individuales, el número total de impresiones por campaña es un factor fundamental de su impacto global. En este sentido, la segmentación inteligente de Invibes Advertising permite que sus campañas alcancen una gran efectividad con un número optimizado de impresiones, cuidadosamente rastreadas a través de KPI, lo que minimiza su impacto de carbono. Esto es especialmente importante, ya que la mayor contribución a la huella de carbono de una campaña de Invibes tiene que ver con el consumo de energía del tráfico de la red. Cabe señalar que la mayor parte del tráfico de la empresa se realiza a través de redes de distribución de contenidos (CDN, *content delivery networks*), que se ejecutan localmente, lo que reduce la duración del tráfico de datos de nuestras campañas.

La independencia tecnológica permite a Invibes Advertising mejorar su rendimiento

Desde su creación, la plataforma tecnológica propia de Invibes Advertising se diseñó pensando en la optimización del proceso, inicialmente para mejorar su rendimiento técnico y reducir los costes asociados. Esta configuración ahora también aporta beneficios en términos de eficiencia energética. Por ejemplo, el sistema de la empresa selecciona automáticamente el formato de anuncio que mejor se adapta al dispositivo y al modo de conexión del espectador, lo que mejora la experiencia del usuario y reduce el ancho de banda y el consumo de energía de la impresión publicitaria en cuestión.

Aprovechando el control total que tiene sobre su plataforma tecnológica, Invibes Advertising logra evolucionar y mejorar constantemente. Por ejemplo, el rendimiento de los servidores front-end se revisa constantemente.

Una gran parte del esfuerzo de I+D de la empresa tiene el objetivo de lograr una mayor eficiencia para garantizar la escalabilidad, lo que también tiene ventajas en términos de consumo de energía. Por ejemplo, a principios de este año, una revisión de la codificación del programa para el análisis del tráfico de entrada permitió al equipo de I+D mejorar la eficiencia del algoritmo, reduciendo el consumo de energía de esa parte del proceso en un 25 %.

Los ambiciosos objetivos de Invibes Advertising

Conforme a su valor fundamental de innovar siempre en todos los aspectos de su actividad, Invibes Advertising ha puesto en marcha varias iniciativas para reducir la huella de carbono de sus campañas. Se dividen en dos categorías:

- Medidas para reducir la huella de carbono de los procesos que están directamente bajo control de Invibes, disminuyendo el consumo de energía de la plataforma y dando prioridad a las fuentes de electricidad verdes.

- Medidas para reducir el consumo de energía de nuestras campañas fuera del ámbito de Invibes, a escala de la red y del usuario final, teniendo en cuenta que la huella de carbono de la electricidad utilizada en ese ámbito no está bajo control de la empresa. En particular, las diferencias entre países en cuanto a la huella de carbono de la electricidad podrían tener un efecto distorsionador a medida que la audiencia de Invibes crece a nivel internacional. Pero, puesto que la mayor parte de quienes ven los anuncios de Invibes están en Europa, los actuales esfuerzos de esa región por avanzar hacia una energía más ecológica serán beneficiosos.

La empresa ha definido una serie de objetivos que pretende alcanzar:

- Seguimiento y publicación semestral de la huella de carbono de las campañas publicitarias de Invibes.
- 99 % de energía verde en los servidores externalizados a finales de 2023.
- Reducción del 10 % anual del consumo de energía ligado a las campañas publicitarias de Invibes durante los 3 próximos años.

Esto permitirá a Invibes Advertising ofrecer la excelencia a sus clientes en el aspecto cada vez más importante del impacto de carbono de sus actividades publicitarias.

Sobre Invibes Advertising

Invibes Advertising es una empresa tecnológica internacional especializada en la innovación publicitaria digital. Fundada en 2011 por sus dos codirectores generales, Kris Vlaemynck y Nicolas Pollet, Invibes Advertising ha desarrollado una plataforma tecnológica integrada diseñada para fortalecer la relación entre las marcas y los consumidores a través de los anuncios *in-feed*.

En Invibes Advertising creemos en el poder de las conexiones.

- El poder de conectar a las marcas directamente con los consumidores para hacer posibles unas interacciones más significativas.
- El poder de conectar el *big data*, los innovadores formatos *in-feed*, un amplio alcance y unos extensos servicios de inteligencia en una plataforma única e integral para acercar a las marcas y a los consumidores de forma fluida y eficaz.
- El poder de conectar a un grupo único de especialistas apasionados, dinámicos y expertos en *in-feed* de todo el mundo para formar el extraordinario equipo que es Invibes Advertising.

Para trabajar con algunos de los grandes nombres del mundo, como Amazon, Bacardi, Volkswagen, Dell, IKEA o Toyota, contamos con personas aún más grandes para compartir nuestras innovaciones con el mundo. Además de nuestra inquebrantable creencia en el potencial tecnológico, creemos aún más fundamentalmente en el potencial de nuestra gente. En Invibes Advertising trabajamos activamente para mantener un ambiente energético y abierto que fomenta una cultura de las ideas, el crecimiento y las #GoodVibes que se transmite directamente a nuestros clientes.

¿Quiere más información sobre Invibes Advertising? Visite: www.invibes.com

Invibes Advertising cotiza en la bolsa Euronext (Ticker: ALINV - ISIN: BE0974299316)

Para consultar nuestros últimos comunicados de prensa, entre en:

<https://www.invibes.com/uk/en/investors.html>

Siga todas las novedades de Invibes Advertising en:

LinkedIn [@Invibes Advertising](#) **Twitter** [@Invibes_adv](#)

Contactos financieros y corporativos:

Kris Vlaemynck, co-CEO

kris.vlaemynck@invibes.com

Audrey Mela, VP Investor Relations

audrey.mela@invibes.com

ⁱ La huella medioambiental del mundo digital - Septiembre de 2019 - GreenIT.fr

ⁱⁱ La huella de carbono de las campañas en los medios de comunicación, marzo de 2022, fifty-five