

# IAB RUSSIA КОМИТЕТ ONLINE BRANDING

ОБНОВЛЕННЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ДОКУМЕНТА "ИЗМЕРЕНИЕ  
И КОНТРОЛЬ КАЧЕСТВА ТРАФИКА" ЗА 2021 ГОД



## ПРЕДСЕДАТЕЛЬ КОМИТЕТА IAB RUSSIA ПО ONLINE BRANDING

**Олеся Гаврикова**  
директор по работе с клиентами  
Weborama Russia

## Данные по Display/Desktop

Компания	MRC Viewable	GIVT	SIVT	IVT (Total)	Brand safety
Adloox*	70,10%	1,70%	9,30%	11,00%	95,50%
Admon	73%	2,80%	9,00%	11,80%	82%
Adriver	49,19%	6,23%	2,84%	9,06%	-
DoubleVerify	77%	1,10%	2,40%	2,50%	85%
Moat (2 кв)**	99,80%	4,70%	4,90%	9,6%	-
Sizmek	64,00%	1,20%	0,70%	1,90%	99,00%
Weborama	66,32%	-	-	-	-

\*Бенчмарки основаны на данных Adloox. Итоговые показатели выведены из средних значений, взвешенных на количество показов кампаний. Из выборки были исключены данные, выходящие за 3 интерквартильных расстояния от 1го и 3го квартилей.

\*\*В результатах компании Moat указана доля невалидных показов в общем объеме измерений компании.

Формула расчета:

Moat calculates IVT Rate using the following formula (Impressions Analyzed (Unfiltered) - Impressions Analyzed) / Impressions Analyzed (Unfiltered), где Impressions Analyzed (unfiltered) are defined as the number of impressions tracked by Moat, unfiltered for Invalid Traffic.

Impressions Analyzed (Valid Impressions) are the number of impressions tracked by Moat filtered for General and Sophisticated Invalid Traffic.

## Данные по Display/Mobile

Компания	MRC Viewable	GIVT	SIVT	IVT (Total)	Brand safety
Adloox*	68,90%	1,70%	10,40%	12,10%	97,00%
Admon	69%	2,50%	4,70%	7,20%	-
Adriver	51,43%	3,23%	0,81%	4,04%	-
DoubleVerify	64%	0,10%	0,70%	0,80%	95%
Moat (2 кв)**	86,20%	3,00%	3,00%	5,9%	-
Sizmek	62,00%	0,30%	0,60%	0,90%	99,78%
Weborama	77,41%	-	-	-	-

\*Бенчмарки основаны на данных Adloox. Итоговые показатели выведены из средних значений, взвешенных на количество показов кампаний. Из выборки были исключены данные, выходящие за 3 интерквартильных расстояния от 1го и 3го квартилей.

\*\* В результатах компании Moat указана доля невалидных показов в общем объеме измерений компании.

Формула расчета:

Moat calculates IVT Rate using the following formula  $(\text{Impressions Analyzed (Unfiltered)} - \text{Impressions Analyzed}) / \text{Impressions Analyzed (Unfiltered)}$ , где Impressions Analyzed (unfiltered) are defined as the number of impressions tracked by Moat, unfiltered for Invalid Traffic.

Impressions Analyzed (Valid Impressions) are the number of impressions tracked by Moat filtered for General and Sophisticated Invalid Traffic.

## Данные по Video, OLV/Desktop

Компания	MRC Viewable	GIVT	SIVT	IVT (Total)	Brand safety
Adloox*	83,90%	2,00%	8,00%	10,00%	95,30%
Admon	89%	2,50%	11,00%	13,50%	-
Adriver	84,11%	0,49%	4,40%	4,89%	-
DoubleVerify	83%	0,70%	1,70%	1,70%	83%
Moat (2 кв)**	98,30%	2,90%	2,70%	5,5%	-
Sizmek	86,00%	1,40%	2,10%	3,50%	98,80%
Weborama	91,15%	-	-	-	-

\*Бенчмарки основаны на данных Adloox. Итоговые показатели выведены из средних значений, взвешенных на количество показов кампаний. Из выборки были исключены данные, выходящие за 3 интерквартильных расстояния от 1го и 3го квартилей.

\*\*В результатах компании Moat указана доля невалидных показов в общем объеме измерений компании.

Формула расчета:

Moat calculates IVT Rate using the following formula  $(\text{Impressions Analyzed (Unfiltered)} - \text{Impressions Analyzed}) / \text{Impressions Analyzed (Unfiltered)}$ , где Impressions Analyzed (unfiltered) are defined as the number of impressions tracked by Moat, unfiltered for Invalid Traffic.

Impressions Analyzed (Valid Impressions) are the number of impressions tracked by Moat filtered for General and Sophisticated Invalid Traffic.

## Данные по Video, OLV/Mobile

Компания	MRC Viewable	GIVT	SIVT	IVT (Total)	Brand safety
Adloox*	81,90%	0,80%	11,40%	12,20%	96,30%
Admon	72%	2,20%	8,00%	10,20%	-
Adriver	81,84%	0,08%	0,70%	0,78%	-
DoubleVerify	87%	0,30%	1,50%	1,50%	96%
Moat (2 кв)**	98,00%	2,00%	1,40%	3,3%	-
Sizmek	83,00%	0,90%	1,90%	2,80%	99,41%
Weborama	90,85	-	-	-	-

\*Бенчмарки основаны на данных Adloox. Итоговые показатели выведены из средних значений, взвешенных на количество показов кампаний. Из выборки были исключены данные, выходящие за 3 интерквартильных расстояния от 1го и 3го квартилей.

\*\*В результатах компании Moat указана доля невалидных показов в общем объеме измерений компании.

Формула расчета:

Moat calculates IVT Rate using the following formula  $(\text{Impressions Analyzed (Unfiltered)} - \text{Impressions Analyzed}) / \text{Impressions Analyzed (Unfiltered)}$ , где Impressions Analyzed (unfiltered) are defined as the number of impressions tracked by Moat, unfiltered for Invalid Traffic.

Impressions Analyzed (Valid Impressions) are the number of impressions tracked by Moat filtered for General and Sophisticated Invalid Traffic.