

Comunicato Stampa**Netaddiction aggiunge un posto a tavola: Casa Surace completa l'offerta video del ramo media del gruppo.**

Alle otto properties digitali si affianca la produzione video e la creatività ad alto tasso di viralità della factory partenopea, nuovo fenomeno del web.

Il sodalizio verrà annunciato ufficialmente allo IAB Seminar di domani, dedicato al Video advertising.

17 ottobre - Netaddiction, l'editore nativo digitale leader nell'offerta di contenuti verticali a tema life style, intrattenimento, tecnologia e innovazione per un'audience di giovani e influenti millennials, chiude il 2016 con una nuova sinergia societaria: **Casa Surace**, brillante casa di produzione video napoletana entra nel gruppo.



Dopo l'invasione di campo nel mondo del cibo e dell'alta gastronomia con i siti iFood.it e Dissapore.com e la partnership con il sito numero uno in Italia nel campo della tecnologia e dell'informazione sull'elettronica di consumo B2C, HDBlog.it, l'editore ternano sposa la *comicità e l'ironia campana*, ampliando l'offerta editoriale e di video marketing al servizio delle testate proprietarie e della concessionaria pubblicitaria interna.

Lo scorso luglio infatti, *Netaddiction ha stretto un accordo societario con Casa Surace*, nuova risorsa e fonte di ispirazione per la produzione di video di altissima qualità in grado di intercettare i canoni della nuova comunicazione video, veicolati e fruiti attraverso i new media.

Il condominio Netaddiction si allarga con i protagonisti di un nuovo fenomeno virale che sta contagiando il Web.

Da coinquilini a più di trenta milioni di views complessive sui vari social media, una fan base di quasi mezzo milione di utenti e un ampio portfolio di collaborazioni e esperienze professionali con partner di alto livello: questi sono gli elementi che fanno di *Casa Surace* il nuovo fenomeno della Rete e che i media tradizionali incensano e descrivono come il nuovo modo di raccontare e ironizzare sui cliché sociali italiani.

Casa Surace nasce dalla creatività di cinque coinquilini con un indiscusso talento artistico solo nel 2014: in poco più di un anno il gruppo diventa una società di produzione in piena regola specializzata nella realizzazione di clip video e format seriali altamente virali.

Simone Petrella, Alessio Strazzullo, Daniele Pugliese, Andrea Di Maria, Luca Andresano, Riccardo Betteghella, Bruno Galasso arrivano dal mondo del cinema, del teatro, della pubblicità e della comunicazione: hanno in comune la cittadinanza partenopea, molti anni di amicizia e un modo ironico di mettere al servizio della comunicazione di marca o semplicemente dei social media, i cliché della società italiana.

Tra i format di maggior successo: **"Avere Trent'anni" (8 milioni di views complessive)**, che ha visto nelle diverse puntate l'introduzione di guest come *Claudio Santamaria e Stefano Accorsi*, **"Le domande del SUD agli inglesi"** (4 milioni di views complessive e 70 mila condivisioni), realizzato in

occasione dell'uscita della Gran Bretagna dall'Unione Europea e la risposta al porno food anglosassone **“Come Preparare gli spaghetti – Italia Vs Mondo”**, che in 24 ore ha raggiunto su **Facebook 4 milioni di visualizzazioni e oltre 80 mila condivisioni**. L'ultimo record è stato raggiunto proprio pochi giorni fa con **“La Vita con un Terrone VS. senza un Terrone”, che ha raggiunto 6 milioni di persone in meno di un giorno.**

Alla produzione creativa e virale, veicolata principalmente attraverso Facebook e Youtube, si è affiancata in brevissimo tempo la produzione di branded content video con *storytelling* realizzati ad hoc per aziende note e in linea con il modo di comunicare innovativo di Casa Surace, capace di arrivare a target trasversali e variegati per sesso e età e di raccontare con ironia la realtà. Tra le ultime collaborazioni ci sono partner del calibro di CampariSoda, Sky, Vodafone, Ubi Banca e Amnesty International, Western Union e M&M's.

Un'iniezione di creatività e innovazione nella strategia editoriale e di video marketing di Netaddiction.

Martedì 18 ottobre, durante l'ultimo seminar del 2016 organizzato da IAB Italia e dedicato proprio a **Video Advertising: tra Storytelling, Creatività e Innovazione**, alle 15.00 il gruppo Casa Surace e Daniele Gulti, direttore commerciale di Netaddiction spiegheranno obiettivi e novità della nuova sinergia.

La capacità di progettare e di utilizzare lo strumento video come mezzo per raggiungere più velocemente il pubblico è da sempre un punto fondamentale nella strategia editoriale del network. Un italiano su cinque ogni giorno entra in uno dei siti web del gruppo Netaddiction, per informarsi e sui social network a questi siti, fa capo una community che nel complesso raggiunge più di due milioni e mezzo di utenti.

“Abbiamo una forte esperienza nel costruire “contenuto” e avere al nostro interno una società di produzione video creativa e innovativa come il team di Casa Surace, ci è sembrata la perfetta conclusione di un biennio che ci ha visto rinforzare sotto molti aspetti, tutta l'offerta editoriale del gruppo”, racconta Andrea Pucci, fondatore e amministratore unico di Netaddiction. “Oggi siamo in linea con le esigenze della nostra audience di riferimento – continua Pucci - e all'avanguardia rispetto alle richieste del mercato del digital advertising, sia da un punto di vista delle tecnologie applicate alla pubblicità online che all'impellente necessità degli investor di strutturare una comunicazione efficace sui mezzi digitali nel tentativo di fare emergere il proprio brand nell'Oceano di Internet”.

Laconico ed efficace il commento invece del team di creativi di Casa Surace:

“Un Terrone riempie sempre i vuoti!”.

Per maggiori informazioni, interviste e contatti

Manuela Paglia

Resp. Comunicazione e Relazioni con i media

Mauela.paglia@netaddiction.it

+39 335547507

NetAddiction è un editore italiano nativo digitale che da quindici anni produce contenuti editoriali per il Web attraverso diverse testate verticali a target intrattenimento (Multiplayer.it, Movieplayer.it, iFood.it, Dissapore.com) e lifestyle (Bigodino.it, LegaNerd.com).

Dal 2015 l'editore è entrato in società per la gestione del network HD, cui fanno riferimento il popolare sito di informazione su tecnologia ed elettronica di consumo, HDBLOG.it e il più giovane HDMOTORI.it, orientato a informare gli appassionati *dell'automotive*. Nel luglio del 2016, **Netaddiction** ha ampliato la sua offerta editoriale video grazie alla partnership societaria con la casa di produzione video partenopea, Casa Surace Srl.

Netaddiction ha una concessionaria pubblicitaria interna che la rappresenta sul mercato dell'advertising online. Il gruppo editoriale raggiunge mensilmente oltre 12 milioni di utenti unici (fonte Google Analytics) e circa il 22% degli utenti attivi su Internet in Italia (fonte Total Digital Audience – Audiweb). Oggi è tra le realtà imprenditoriali italiane più dinamiche e vivaci nel settore della new economy. L'azienda inoltre, opera attraverso **due unit distinte** nel settore dell'editoria cartacea, con il marchio *Multiplayer Edizioni* e *iFood*, sia in Italia che in Europa Occidentale e con *Multiplayer.com* nel campo del commercio elettronico da oltre 10 anni. **Web: Netaddiction.it**