

# netaddiction ON THE ROCK

L'antica Narnia, nel cuore dell'Umbria, si trasforma per un giorno nella Silicon Valley made in Italy

*Dopo 15 anni di attività, Netaddiction l'editore italiano nativo digitale chiama a raccolta tutte le realtà editoriali del gruppo.*

*Con un pubblico di lettori in target entertainment, tech e food di oltre 10 milioni di utenti unici mensili, 1 milione di utenti suoi social network, 4 unità di business, 60 milioni di pagine viste al mese, l'azienda conferma il suo vecchio motto: lavorare per passione per appassionati.*

**3 Febbraio - NetAddiction** riunirà le sue realtà aziendali nella splendida cittadina medievale di Narni Giovedì 4 febbraio alle 10.30, per inaugurare la sua prima convention aziendale.

*100 persone, tra dipendenti, ospiti e partner si incontreranno presso il Teatro Comunale per una maratona che si protrarrà fino alle 18.00, per concludersi con una cena medievale allestita presso la Rocca Albornoz di Narni.*

*Quindici anni di storia di imprenditoria italiana snocciolata attraverso numeri, immagini e aneddoti, sotto la guida attenta del docente e guru dello storytelling, Rudy Bandiera.*

Oggi l'editore nativo digitale, arrivato sul web con i videogiochi nel 1999, gestisce un bacino di **10 milioni di utenti unici mensili**, una casa editrice che porta in libreria i titoli legati ai suoi brand online (narrativa pop), libri di cucina e guide gastronomiche (nella collana **iFood** e **Dissapore**), e un negozio virtuale, che vizia i geek italiani più esigenti con oggetti introvabili con oltre 50 mila spedizioni l'anno.

*"Facciamo editoria verticale, è la nostra specialità, è vero, ma abbiamo molti target di riferimento oggi e parliamo a tante industries diverse" – spiega **Andrea Pucci**, Ceo e Founder di NetAddiction - "Spesso i nostri interlocutori non si aspettano di trovare una realtà così strutturata alle spalle delle nostre aree editoriali; quando questa realtà si svela si aprono opportunità immense per gli investitori, per i quali in ottica di native soprattutto, si possono costruire progetti articolati con un valore aggiunto importante.*

*Abbiamo la necessità oggi che i protagonisti della nostra crescita prendano coscienza del potenziale che ogni realtà con le proprie specificità ha in seno. Lavorare secondo strategie editoriali e di social marketing coordinate e comuni a ogni sito è tra i nostri obiettivi del 2016, mantenendo un'informazione capace di approfondire o intrattenere a seconda delle esigenze del lettore.*

La giornata si aprirà con il discorso del founder e CEO dell'azienda, **Andrea Pucci**; a seguire le presentazioni del management della società, dei responsabili editoriali delle testate (**Multiplayer.it**, **Leganerd.com**, **Movieplayer.it**, **Bigodino.it**, **Dissapore.com**, **iFood.it**,

**HDblog.it** e **HDmotori.it**) e dei coordinatori delle aree dell'editoria cartacea (**Multiplayer Edizioni**) e dello shopping online (**Multiplayer.com**).

Tanti anche gli ospiti e i professionisti che si alterneranno sul palco del piccolo teatro per raccontare esperienze e case che possono ispirare la platea: dal rapper esperto di coverage virali su Facebook, **Manuel Aski**, allo **Chef Davide Oldani**, l'inventore della cucina pop, agli autori e fumettisti **Giacomo Bevilacqua** e **Roberto Recchioni**, a **Arianna Chieli**, consulente e blogger nei settori fashion e beauty.

**I numeri del gruppo: contenuti di qualità e innovazione per i professionisti dell'intrattenimento.**

Netaddiction oggi è un gruppo editoriale composto da molti volti, che parla a tanti settori diversi attraverso due driver principali: professionalità e passione dentro e fuori il Web.

Dal gaming al cinema, dal lifestyle alla tecnologia, dal food al beauty con oltre **10 milioni gli utenti unici/mese, (6 milioni secondo Audiweb), quasi 60 milioni di pagine viste, 1 milione di lettori aggregati su diversi Social Network**, 80 dipendenti e collaboratori con esperienza consolidata nel mondo dei new media; **una concessionaria pubblicitaria interna** orientata ad un'offerta altamente profilata sui target d'interesse, grazie al **Predictive Behavioural Targeting (PBT)** implementato con la collaborazione della società tedesca **Nugg.ad**; **un network fatto da** siti altamente responsivi, veloci e navigabili da desktop e da mobile senza differenza e un'attitudine naturale per l'approccio al native, grazie alla forte connessione tra le strategie editoriali.

Oggi l'azienda ha sviluppato nella divisione media un'esperienza in grado di saper raccontare a pubblici diversi, con abitudini di fruizione diversa di Internet.

Nel 2015 Netaddiction ha lavorato molto per consolidare i suoi brand anche offline presidiando i principali eventi nei settori di riferimento delle aree di business con numerose media partnership e attività live, sia in Italia che all'estero. Da Los Angeles per l'**Electronic Entertainment Expo** dove Multiplayer.it è media partner italiano da almeno 10 anni, alla **Festa Della Rete**, con Bigodino.it e iFood.it, a **Lucca Comics & Games** dove **Netaddiction** ha messo in campo una vera attività di branding trasversale, allestendo una struttura futuristica nel centro della città con diverse attività di intrattenimento per una manifestazione **che attira oltre 300 mila spettatori.**

### **La storia: l'Italia non è la Silicon Valley**

**Netaddiction** negli Stati Uniti è la malattia riconosciuta ai dipendenti di Internet. C'era la dipendenza di Internet anche prima di Facebook. Incredibile da dirsi. Noi eravamo internet-dipendenti quando ancora si navigava con il modem analogico e non c'erano video. Nel corso degli anni il nome è stato storpiato in tutti i modi e tutte le forme. Ma la sostanza è rimasta sempre quella.

Tutto è nato nel 1999, in un sottoscala, probabilmente lo stesso di tante altre aziende, altre molto famose, altre decisamente meno. Nel 1999 nasce Multiplayer.it, per una serie di incredibili coincidenze che avrebbero potuto trasformare l'amore in un calesse.

Invece Multiplayer.it venne alla luce e fu probabilmente uno dei primi esperimenti di social networking in Italia. Una rete di appassionati, coinvolti nello sviluppo del sito, l'embrione dell'esperienza modera del social networking, quando ancora "social network" era un ter-

mine sconosciuto. Ci si parlava su ICQ, quando era il programma di instant messaging più cool, prima che la margheritina non diventasse sinonimo di Guru.

L'ispirazione arrivava dalla condivisione dell'azienda con i collaboratori più preziosi, la volontà di creare un ambiente lavorativo piacevole, una sorta del **"Don't be evil"** all'italiana di precoce Googleiana memoria. Mentre la bolla della new economy esplodeva, Netaddiction non aveva fatto in tempo a crescere per scoppiare. Completamente autofinanziata, la scoperta del mondo della pubblicità online era un'autostrada di opportunità. Durante il dissolvimento delle prime concessionarie pubblicitarie, una piccola società di provincia andava all'attacco, da sola, delle grandi agenzie pubblicitarie milanesi, facendosi forza dell'unicità del suo essere un editore specializzato in editoria video ludica, insomma di videogiochi. Da quella alchimia perfetta crebbe poi in noi la voglia di inaugurare **clickArt**, una business unit interna votata alle funzioni di agenzia creativa, che ha anche conseguito alcuni riconoscimenti internazionali, vincendo qualche Webby Awards e raggiungendo una prestigiosissima finale ai Cyber Lions di Cannes.

Il passo verso il commercio elettronico è **Multiplayer.com** (2003), unico nel suo genere in Italia, tutto devoto ai videogiochi con oltre 50.000 spedizioni all'anno.

L'anima editoriale di carta, insita nel DNA dell'Editore, mai espressa in una rivista tradizionale, trova una perfetta sintonia nei romanzi e nelle guide strategiche con il marchio **Multiplayer.it Edizioni** nel 2004 (oggi Multiplayer Edizioni) che cresce bene fino a diventare l'Editore **"dei videogiochi da leggere"**.

Nel frattempo **Multiplayer.it** comincia ad andare stretto, non c'è più spazio per gli investitori pubblicitari.

Arriva così **Movieplayer.it**, con l'acquisizione di una società di Latina, fondata sulla passione per il cinema di uno sparuto numero di intenditori, esattamente come la passione per i videogiochi della redazione di **Multiplayer.it**.

Nel giro di un anno Movieplayer.it raggiunse stabilmente il tetto di 1,8 milioni di utenti mensili.

Nel 2011 mentre Movieplayer.it veniva completamente rinnovato nella versione 2.0, Netaddiction è online con una nuova properties, in un settore completamente nuovo. Nell'autunno del **2011 nasce Bigodino.it**, il primo web-zine al femminile del gruppo che raccoglie la personalità delle blogger più vivaci del momento nei settori del beauty, del fashion, della tecnologia, del design e del food.

Durante la **Game Developer Conference di San Francisco** nel 2012, il direttore Marketing di Netaddiction, Luca Persichetti, incontra per caso una delle punte di diamante di LegaNerd.com, tra i principali punti di riferimento della cultura nerd e geek in Italia. Da lì a pochissimo Netaddiction acquista delle quote societarie dell'azienda e ne diventa socio.

Partire sempre dalla passione, per ampliare l'orizzonte a nuovi settori. L'imprenditore Andrea Pucci guarda lontano e sbarca nel modo del cibo ad aprile 2015 con **iFood.it**, un magazine di ricette, che raccoglie le sinergie di altrettanti appassionati e focosi food blogger con una propensione non comune al networking e alla condivisione di un infinito e sano amore per il cibo. A maggio 2015 iFood arriva anche in libreria, e inaugura la sua collana cartacea, con **"Il Gusto Della Terra"**.

Quasi contemporaneamente, Netaddiction incrocia i destini di **dissapore.com**, pionieristica e dissacrante testata di critica gastronomica.

**Massimo Bernardi**, giornalista esperto del settore entra in società con Andrea Pucci. Il team di Dissapore.com entra così nel network dei professionisti dell'intrattenimento. A dicembre 2015, prima del panettone, l'ultimo giro di boa dell'anno: Netaddiction acquista una rilevante quota societaria di **HD Network**, proprietario del primo sito italiano di informazione tecnologia, **HD Blog** e del promettente **HD Motori**.

**Contatti**

Ufficio Stampa e Media Realties – NetAddiction

[Manuela.paglia@netaddiction.it](mailto:Manuela.paglia@netaddiction.it)

Cell: 335 5475075