

Comunicato Stampa

Videogiocatori sempre più a 360° per seguire l'Electronic Entertainment Expo di Los Angeles da ogni "angolazione".

Dal PC o da Smartphone, l'immersione è il nuovo modo di vivere l'intrattenimento.

[#E3conMultiplayer](#)

Per l'evento gaming più importante dell'anno Multiplayer.it mette in campo una web strategy che coinvolgerà più di 2 milioni e mezzo di appassionati in una settimana.

La copertura 360 Video su Facebook, il Live Show dagli studi della redazione con collegamenti in diretta da Los Angeles e oltre 200 contenuti in poco più di una settimana, tra articoli e video.

Sono partner di Multiplayer.it per l'edizione E3 2016: Fossil, Electronic Arts e Koch Media

10 Giugno – **L'Electronic Entertainment Expo (E3)** che gli appassionati di gaming attendono ogni anno con trepidazione come negli anni '70 si aspettava *Sanremo*, avrà inizio ufficialmente il **14 giugno a Los Angeles**, ma la maratona ad alto tasso ludico, è partita come un tormentone estivo già dalle scorse settimane.

I riflettori sono puntati sulle novità offerte dagli specialisti *dell'home & digital entertainment*, che puntano a consumatori sempre più variegati e trasversali e sempre più esigenti in termini di prestazioni a livello di realtà aumentata, interazione e condivisione.

Multiplayer.it, testata storica dell'editore Netaddiction e primo sito specializzato gaming in Italia per numero di accessi (oltre 1 milione e mezzo di utenti unici mensili – Fonte Google Analytics), seguirà l'evento da **internet media partner ufficiale**, con una copertura editoriale e di colore che quest'anno si rinnova.

La sfida lanciata agli editori dai social network sta cambiando tra le altre cose, il modo di raccontare storie, che siano di cronaca o di intrattenimento; in piena corsa verso il cambiamento, **Multiplayer.it** seguirà la fiera offrendo una produzione di **contenuti video 360** giornalieri pubblicati nativi sulla fanpage **Facebook** per raccontare i retroscena, le curiosità, il colore che accompagna una fiera di videogiochi internazionale mettendo al centro una comunicazione veloce, diretta, ironica e vera in grado di aggregare la community di fan, **circa 300 mila sul social network di Zuckerberg**, e ingaggiarne di nuovi.

La professionalità a livello editoriale unita a una strategia di social media marketing che propaga il brand e offre nuovi contenuti al pubblico della rete, è un mix intelligente di nuova editoria che sta premiando la strategia di **Netaddiction**, editore nativo digitale che oggi raggiunge mediamente **12 milioni di utenti unici mensili**, trasversali per target e interessi.

Un evento a 360°, sognando una realtà aumentata.

Il primo video 360 di presentazione della trasferta, pubblicato su [Facebook](#), ha totalizzato in una settimana oltre 18 mila minuti di guardato, 250 mila persone raggiunte e più di 40 mila visualizzazioni.

Seguirà un video al giorno, per sette giorni che riguarderà la scelta degli appuntamenti in fiera, il cibo nei locali alla moda di Los Angeles, gli stand immensi degli espositori di tutto il mondo e tutte le attività che ruotano intorno alla trasferta.

Il reach stimato, solo per l'utenza Facebook, è di circa 2 milioni di persone.

La possibilità di esplorare tutte le location e di spostarsi liberamente all'interno dell'inquadratura, grazie all'accelerometro dello smartphone, al movimento delle dita su schermo o al click del mouse, rende questa tipologia di video altamente immersivo e interattivo per l'utente, sia da mobile che da desktop. Introdotto prima su Youtube e poi a brevissimo giro supportato anche da **Facebook**, è un piccolo passo verso quello che sarà la fruizione di contenuti attraverso la realtà aumentata, ovunque ci si trovi e di qualunque cosa si tratti.

Tutti i contenuti della redazione saranno inoltre veicolati anche attraverso gli altri canali social che Multiplayer.it ha attivato da diverso tempo, grazie ai quali incontra utenze diverse che hanno anche esigenze diverse: da **Twitter, a Telegram a Snapchat** gli appassionati di gaming avranno la possibilità di seguire gli aggiornamenti direttamente in chat o attraverso spettacolari foto postate sull'account **Instagram**, seguendo sempre l'hashtag **#E3conMultiplayer**.

Un vero Talk show per seguire le novità: 7 giorni live da Los Angeles.

In una settimana la redazione (con 10 inviati sul posto) pubblicherà oltre 200 contenuti sul mini [sito dedicato](#), tra articoli e video, dove sono attesi oltre **600 mila utenti unici**.

Tra le novità più attese, l'esordio di un nuovo format quotidiano, il **Live Show**: un vero TG di approfondimento sui temi più caldi della fiera che verranno discussi in diretta dagli studi di Terni grazie ai collegamenti con gli inviati a Los Angeles, ai dibattiti con gli ospiti presenti e in chat con gli utenti che potranno interagire live con i protagonisti in studio.

Il Live Show è pensato per offrire agli utenti una copertura più professionale e interessante ma allo stesso tempo fruibile in orari comodi (e non più in orari difficilmente accessibili, causa fuso orario, com'è stato finora).

Occhi puntati sui principali player del settore gaming e sulle loro conferenze che la redazione commenta e traduce in tempo reale, sempre più spettacolari e meno business, come quella di **Sony, Electronic Arts, Microsoft, Ubisoft, Nintendo e Bethesda**.

Per interviste e contatti
Manuela Paglia - NetAddiction
Comunicazione e Media Relation
Manuela.paglia@netaddiction.it
Tel. +39 335.5475075

Circa Multiplayer.it

Multiplayer.it è una testata giornalistica, il primo web magazine online dedicato esclusivamente al mondo dei videogiochi e dell'intrattenimento digitale. Nato nel 1999, è attualmente il sito di videogiochi in Italia più seguito, con *un milione e mezzo circa di lettori mensili* e più di *ventidue milioni di pagine viste al mese* (Dati Google Analytics – gennaio 2016).

Con un'interfaccia grafica molto curata e in linea con le esigenze del lettore moderno, Multiplayer.it offre articoli dedicati a tutti i videogiochi per PC, console, smartphone e tablet, con notizie, anteprime, video-recensioni e rubriche video di approfondimento.

Dal 2013, precorrendo i tempi e per assecondare i trend crescenti di fruizione dei contenuti da mobile, il sito ha subito un pesante restyling grafico e strutturale che lo ha reso responsivo e compatibile con tutti i device mobili. Nell'anno in corso il traffico da desktop è stato superato da quello da mobile, oggi quasi al 65%.

Multiplayer.it da anni collabora con i maggiori player del mercato videoludico e del digital entertainment con i quali sviluppa partnership importanti per format d'impatto e originali.

Dal coinvolgimento negli eventi nazionali e internazionali di settore (Los Angeles, San Francisco, Tokyo), alle serie web (GeekerZ e Shangri-la) ad attività culturali e artistiche con l'obiettivo di agganciare un pubblico di che è sempre più trasversale per abitudine e interessi e che, oggi è rappresentato principalmente dagli 11 milioni di millenials italiani ("Discovering Millennials", Nielsen per Yahoo, 2015).

I lettori di Multiplayer.it, che amano intrattenersi con i videogiochi, *sono esigenti, tecnologicamente evoluti, informati e con un buon potere d'acquisto, con un'età compresa tra i 15 e i 35 anni, attenti ai trend e agli input che arrivano dalla rete.*

NetAddiction è un network italiano che da quindici anni produce contenuti editoriali per il web attraverso diverse testate verticali (Multiplayer.it, Movieplayer.it, iFood.it, Dissapore.com) a target intrattenimento e lifestyle (Bigodino.it, LegaNerd.com); dal 2016 l'editore è entrato in società per la gestione del Network HD, cui fanno riferimento il popolare sito di informazione tech, HDBLOG..it e HDMOTORI.it La società inoltre è attiva nel settore del commercio elettronico, con lo shop online Multiplayer.com e in quello dell'editoria cartacea, con l'etichetta Multiplayer Edizioni.

NetAddiction ha una concessionaria pubblicitaria interna che la rappresenta sul mercato pubblicitario, Netaddiction Adv, mentre KlikArt Production è l'agenzia creativa e di produzione video che supporta la concessionaria nella produzione di progetti audio - visivi e creativi. NetAddiction raggiunge mensilmente circa 12 milioni di utenti unici. Oggi è tra le realtà imprenditoriali indipendenti italiane più dinamiche e vivaci nel settore della new economy.