

Tradelab e Netaddiction stringono un accordo sui dati per il settore entertainment

Tradelab, piattaforma programmatica indipendente leader dell'acquisto media programmatic in Europa, si rafforza sul fronte data e sigla un nuovo accordo esclusivo questa volta con **Netaddiction**, editore italiano specializzato nell'entertainment online. Attraverso questo accordo gli inserzionisti dell'entertainment, in particolare gaming (Multiplayer.it) e cinema (Movieplayer.it), potranno entrare in contatto e raggiungere un'audience ancora più specifica grazie ad una **segmentazione altamente qualificata e dettagliata** degli utenti.

Le tecnologie avanzate di profilazione e segmentazione dell'audience di Tradelab permetteranno di targettizzare in maniera specifica i dati di oltre **4.000.000** di appassionati di cinema e videogiochi dei siti Netaddiction andando ad **analizzarne interessi**, percorsi di navigazione e **intenzionalità di acquisto**, creando un'offerta unica sul mercato. Sarà inoltre possibile realizzare clusterizzazioni di utenti ad hoc (es: appassionati di film di animazione o di videogiochi di avventura) sulla base delle criticità degli inserzionisti e calcolare il grado di affinità degli utenti verso prodotti di interesse simile.

"Siamo davvero entusiasti di questa nuova Partnership strategica con Netaddiction"- dichiara Gaetano Polignano, Country Manager Tradelab Italia – "E' importante per noi trovare fonti di dato trasparenti che permettano di andare oltre l'utilizzo di dati di terze parti ancora poco chiari in termini di origini e recency del dato. Noi questi dati li chiamiamo "SmartData", dati intelligenti ma anche "furbi" perché ci dicono non solo chi sono i nostri utenti e quali sono i loro interessi, ma soprattutto se sono intenzionati all'acquisto del nostro prodotto. Questo ha un valore importantissimo per gli inserzionisti e per il raggiungimento delle loro performance di business"

"Era da tempo ormai che ci stavamo guardando intorno e siamo felici di aver trovato sul mercato un player indipendente e all'avanguardia, capace di analizzare i nostri dati e di utilizzarli al meglio per i nostri partner, vecchi e nuovi, interessati al nostro segmento dell'intrattenimento. Siamo convinti che Tradelab possa darci il giusto know-how per strutturare l'obiettivo ambivalente di soddisfare gli inserzionisti e al tempo stesso gli utenti con un messaggio pubblicitario sempre più mirato " afferma Daniele Gulti, Direttore Commerciale della unit Media di Netaddiction.

Per conoscere di più sulla partnership e su come utilizzare i dati nel settore gaming, Tradelad e Netaddiction ti aspettano giovedì 17 ottobre alle ore 18.00, in via Via Andrea Maria Ampère 30 per l'aperitivo "Programmatic e Gaming" [Per iscrizioni qui](#)

Netaddiction

Manuela Paglia, Responsabile Comunicazione
Cell. 335 5475075 – email manuela.paglia@netaddiction.it

Elettra PR

Benedetta Prisco
Cell. 393 8410872 - email benedetta.prisco@elettrapr.it

Netaddiction è un editore italiano nativo digitale che da diciassette 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 di tecnologia

ed elettronica di consumo, HDBLOG.it e il più giovane HDMOTORI.it, verticale sull'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 S.r.l.** Netaddiction ha una concessionaria pubblicitaria interna che la rappresenta sul mercato dell'advertising online. Il gruppo editoriale raggiunge mensilmente oltre 17 milioni di utenti unici (fonte Google Analytics) e circa il 24% degli utenti attivi su Internet in Italia (fonte: Total Digital Audience – Comscore Marzo 2017). Web: Netaddiction.it