

netaddiction



CONNESSI ALLE VOSTRE PASSIONI

netaddiction

NetAddiction è una media company italiana, nativa digitale, che da 20 anni produce contenuti per il Web. Nata nel 1999 con il primo sito specializzato sui videogiochi, Multiplayer.it, oggi è un Publisher a tutto tondo, che diversifica la sua offerta attraverso diverse testate verticali.

Attualmente è tra le realtà imprenditoriali indipendenti più dinamiche e vivaci del Web, che ha saputo diversificare e sviluppare linee di business diverse nel corso degli anni.

CREATIVITÀ, SINCERITÀ E IRONIA sono per noi gli ingredienti giusti per costruire un messaggio pubblicitario efficace attorno al **BRAND**

25 MILIONI

Utenti Unici Mensili

Fonte: Google Analytics - **OTT. 2019**

9,5 MILIONI

Social Network Follower

Facebook, Instagram, Twitter, Youtube,

93 MILIONI

Pagine Viste Mensili

Fonte: Google Analytics - **OTT. 2019**

multiplayer.it

movieplayer.it

dissapore

iFood

BBO4All
AMERICAN SKILLS - ITALIAN STYLE


LEGA NERD

HDBLOG.it

HDMOTORI.it

Bigodino.it


CASA SURACE

**il terrone
fuorisede**

PUNTI DI FORZA

Netaddiction offre una vasta gamma di **siti verticali**, che, stando agli ultimi dati, incidono in modo significativo sulle scelte dei responsabili d'acquisto, definiti in un cluster composto da **donne e uomini tra i 34 e i 55 anni (Audiweb Dic. 2018)**.

Il **91% di loro naviga siti verticali per orientarsi sugli acquisti**.

A SEGUIRE abbiamo indicato LE PERCENTUALI DI RA PRESENTI NELLE NOSTRE AUDIENCE

CATEGORIA SITI

Siti Netaddiction

UTENTI/MESE
Responsabili
d'Acquisto

Cucina - Cibo - Ricette

11 Mio

Dissapore.com

52%+ RA

Elettronica di consumo

8 Mio

HDblog.it

48%+ RA

Intrattenimento

7.7Mio

Movieplayer.it, Multiplayer.it, Leganerd.com, HdMotori

51%+ RA

Le preferenze

LE PRINCIPALI CATEGORIE DI SITI CONSULTATI DA I RESPONSABILI ACQUISTI	RESPONSABILI ACQUISTI NEL MESE
SOTTOCATEGORIE AUDIWEB	20.954
Informazione e news online	18.916
Testate giornalistiche	12.563
Cucina, cibo e ricette	11.653
Tv online	10.258
Sport	9.812
Siti generalisti e portali	9.602
Salute, fitness e nutrizione	9.563
Elettronica di consumo	8.928
Meteo	8.816
Varia	8.739
Legali	8.468
Musica	8.212
Intrattenimento	7.737
Economico e finanza	7.490

Fonte: Audiweb Database, Dic.

23 Milioni di Utenti responsabili d'acquisto sono su Internet.

Audiweb
Dicembre 2018

rilievo per l'informazione e l'orientamento per gli acquisti. Anzi, frontando l'audience dalla Tv e da Internet nell'arco di una giornata, abbiamo visto che l'online riesce a superare la copertura televisiva per gran parte della giornata, cedendo il passo in pausa pranzo e per le fasce serali e di prime-times.

Si parla, aggiunge Muraglia, di 21 milioni di utenti che si dedicano a navigare su Internet per orientarsi o fare acquisti. Un valore traducibile nel 78% dei responsabili degli acquisti di Audiweb che naviga su Internet tracciando la propria lista della spesa raggiungibili dalle aziende che pianificano le proprie campagne online».

23

MILIONI
Sono 24,5 milioni le donne e 8,4 milioni gli uomini responsabili acquisto che orientano con le proprie scelte le decisioni di spesa di tutti i giorni. Oltre il 70%

DETTAGLIO #1

STRUMENTI E SERVIZI

DRIVER DIGITALI

Grazie alla complementarità dei diversi circuiti del network (**FOOD, TECH, LIFESTYLE & PASSION**) offriamo soluzioni intelligenti, integrate e ad hoc per piani di comunicazione misurabili in base agli obiettivi e ai target dei partner.

Di seguito un elenco esplicativo degli strumenti di digital advertising che siamo in grado di integrare:

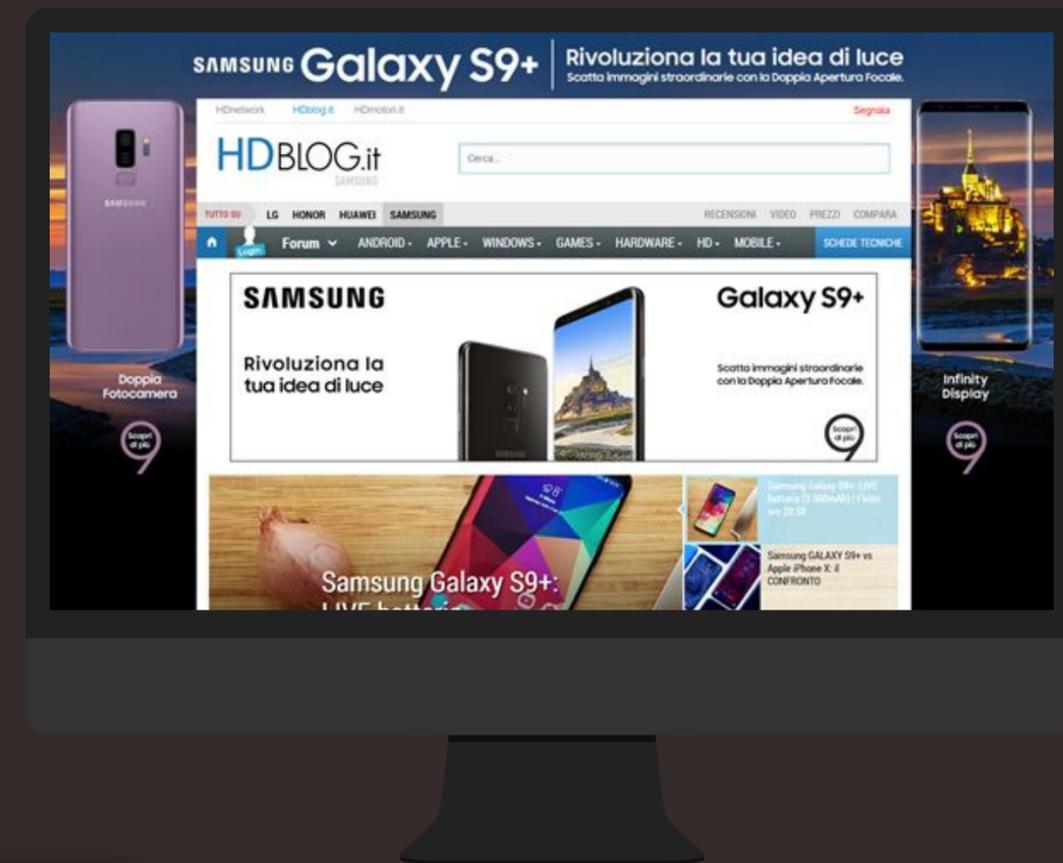
- **NATIVE ADVERTISING** *anche multicanale*
- **BRANDED CONTENT STRATEGY** cross sito
- **SPONSORIZZAZIONI E COVERAGE ONLINE** personalizzato di eventi italiani e stranieri
- **UNBOXING, TEST E REVIEW DI PRODOTTO**
- **PUSHING PROMOZIONALI**
- **INFLUENCER MARKETING E CREATORS**
- **SOCIAL MEDIA STRATEGY** con ottimizzazione Facebook Ads e strategia di investimento
- **LANDING PAGE E TOTAL REBRANDED PAGE** personalizzato



ADVERTISING DISPLAY

Rispettare il lettore e soddisfare gli inserzionisti - Da alcuni anni, Netaddiction ha strutturato un nuovo nucleo di lavoro unendo l'esperienza di una figura commerciale a quella del reparto IT per avere un team indipendente all'interno dell'area advertising, dedicato interamente allo sviluppo e all'implementazione "intelligente" del *programmatic advertising* su tutto il network. All'inizio del 2019 il team è stato integrato con un Analista dedito all'analisi costante delle performance dei formati e alla reportistica delle metriche richieste per campagne display.

I formati disponibili sul network Netaddiction, registrano una **viewability** compresa tra il **70% e l'85%** e **VTR (View Trough Rate) dell'85%**.



FORMATI ADV DISPONIBILI

ADVERTISING RICH MEDIA

Creatività e competenza IT - Parliamo di formati non supportati dall'AD Server, quindi non bloccati da nessun tipo di ad-blocker. Si tratta dunque di overlayer speciali fruibili da mobile e desktop con un forte impatto sulla navigazione del pubblico.

Fonte della Reportistica finale: Google Analytics.



BROWSER QUIZ GAME
NETFLIX @MULTIPLAYER.IT
CLICCA QUI PER VEDERE IL FORMATO

SHOWCASE

SOCIAL SHARING GAME
UNIVERSAL @MOVIEPLAYER.IT
CLICCA QUI PER VEDERE IL FORMATO

VIDEO ADVERTISING

La partnership con Jw Player

Nel 2019 Netaddiction ha stretto una partnership strategica con la società americana **JW Player** che offre una piattaforma di erogazione video molto stabile, veloce, che supporta il 4K, responsive (HLS/DASH) e compatibile con tutti i formati pubblicitari (VPAID 2.0, VAST 3.0, GoogleIMA). L'estrema semplicità del player e il sistema integrato di **"intelligenza artificiale"** che suggerisce video compatibili con i gusti dell'utente hanno dato un boost alle visualizzazioni e fatto crescere il **bacino di impressions disponibili**, oggi a quasi **11 MILIONI**.

La partnership con Viralize

L'implementazione dei video editoriali delle testate nel formato **AD "Video in Picture"** servito da VIRALIZE, ci consente di garantire un importante numero di visualizzazioni a qualsiasi tipo di contenuto video
QUESTA SOLUZIONE è ottimale per i brand che in una campagna pubblicitaria cross media con necessità di generare engagement e reach sul digital.

Video Prodotti*

3.000

Video Erogati*

80 Mio

Preroll Erogati*

50 Mio

**I dati riportati fanno riferimento alla produzione video di Multiplayer.it, Movieplayer.it, Bigodino.it e Dissapore.com nel 1° semestre 2019*

Nel primo semestre del 2019
le views sui video sono
cresciute in media del 65% su
tutte le testate
Multiplayer.it ha raggiunto il
110% delle views

SERVICE OFFLINE

Netaddiction ha sviluppato sia a livello corporate che consumer, skill importanti nell'ambito dell'organizzazione di attività ed eventi offline e un'area di produzione video in grado di garantire coperture giornalistiche e di colore di altissimo livello sia su commissione che per la produzione editoriale.

- **ORGANIZZAZIONE E SERVICE LOGISTICO** all'interno di eventi strutturati e generalmente di forte impatto sui settori di riferimento, come gaming, food e tech
- **SPONSORIZZAZIONI E COVERAGE** personalizzato di **EVENTI** italiani e stranieri
- **COVERAGE ESCLUSIVI** di eventi online e offline
- **PIANI DI COMUNICAZIONE** social e editoriali per promuovere gli eventi con attività di ingaggio mirato all'interno della manifestazione
- **ORGANIZZAZIONE** di eventi mirati che chiudono o ampliano l'effetto di una campagna pubblicitaria online, soprattutto nel settore food.
- **PRODUZIONE DI MERCHANDISING e MATERIALI PROMOZIONALI** per sampling e promozioni.
- **SERVICE VIDEO COMPLETO, CHIAVI IN MANO** durante eventi di particolare interesse per il partner: interviste, approfondimenti e montaggi.

**200k utenti attivi
Gaming/Cinema**

**1 DEM al nostro DB con CTA
ad un evento ha un tasso di
apertura medio del 75%**

**MailUP
Dicembre 2018**

PHOTO GALLERY 2018



PHOTO GALLERY 2018



DETTAGLIO #2

STRUMENTI E SERVIZI SOCIAL



**9,5 milioni di
social fan**

+70 fanpage

**200.000.000
reach mensile**

PUNTI DI FORZA

Netaddiction è in grado di creare soluzioni affini al **TOV del prodotto audio video** in esame, realizzando internamente contenuti, strategie, occasioni di engagement targettizzate per raggiungere l'audience prefissa e le **KPI stabilite**.

Negli ultimi 3 anni abbiamo sviluppato strategie *all social* per diversi partner dell'industries del cinema e dei videogame. Ogni strategia di social media marketing include l'utilizzo di strumenti di advertising che aiutano il raggiungimento del target.

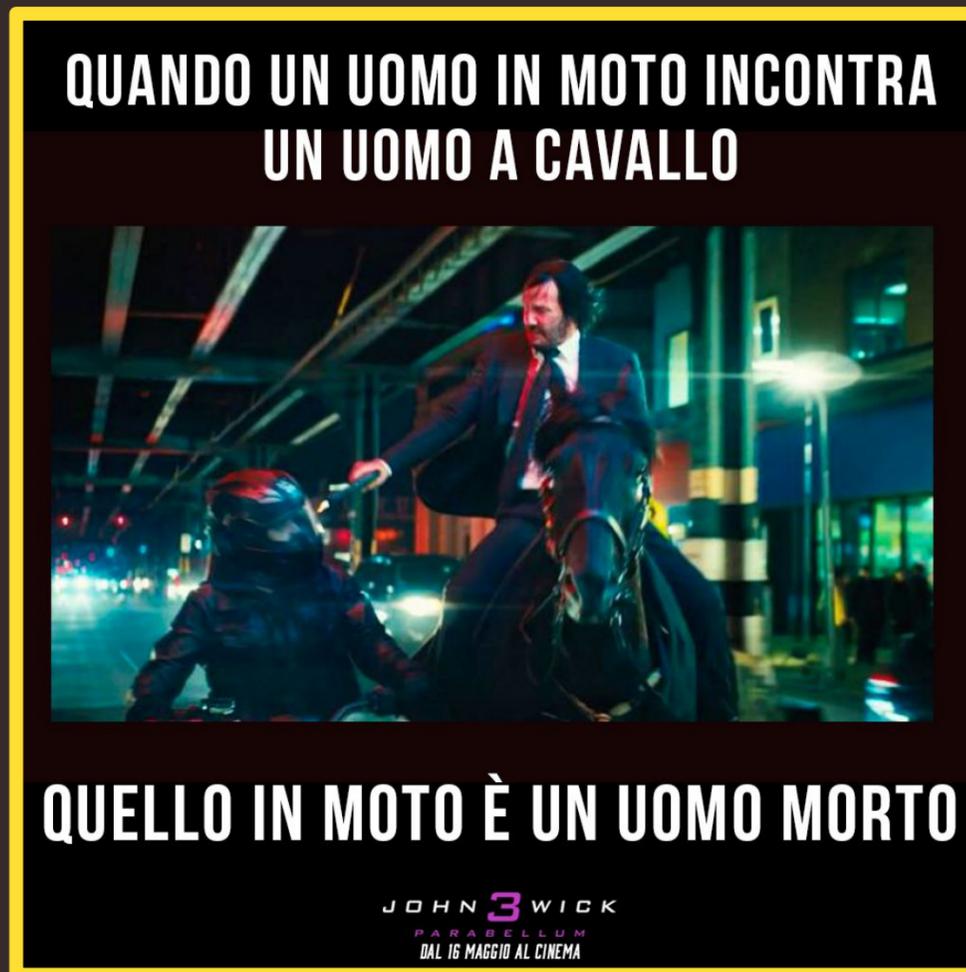
QUALCHE ESEMPIO DI COSA PROPONIAMO

COSA <i>STRUMENTI</i>	QUANDO <i>OCCASIONI DI UTILIZZO</i>	QUANTO <i>KPI & MISURA DEL RISULTATO</i>
IG STORIES + SWIPE UP (FB + IG)	LIVE EVENT + CTA (COMPRA, PARTECIPA, LEGGI)	VIEWS/IMPRESSIONS
VISUAL CONTENT (FB + IG)	PROMOTION (DI PRODOTTO FISICO, FILM O EVENTO)	REACH/INTERACTIONS
VIDEO SEEDING (FB + IG)	DISTRIBUTION (DI SPOT, TRAILER, VIDEO CAMPAIGN)	VIEWS/REACH

ESEMPI - VISUAL CONTENT



MEME - SOCIAL TEASING
FB & IG
CAMPAGNA PUBBLICITARIA
Halloween



VISUAL CONTENT
FB & IG
CAMPAGNA PUBBLICITARIA
JOHN WICK 3



VISUAL CONTENT
FB & IG
CAMPAGNA PUBBLICITARIA E SERVICE CREATIVO
RED JOAN

ESEMPI - VISUAL STORYTELLING



LINK

INSTAGRAM STORIES
TEASING

PRESENTATO IN OCCASIONE DI
Piccoli Brividi 2 - Warner Bros Sony



LINK

INSTAGRAM STORIES
TRIVIAL STORIES

PRESENTATO IN OCCASIONE DI
Spiderman Multiverso - WB Sony



LINK

INSTAGRAM POST
OVERLAYER

PRESENTATO IN OCCASIONE DI
Macchine Mortali

IL NETWORK

CIRCUITO

TECH & GEEK

PUNTI DI FORZA

L'offerta di Netaddiction nell'ambito della tecnologia di largo consumo, dei videogame e del mondo dell'intrattenimento che include supporti , è unica in Italia poiché aggrega **un'audience molto ampia** con uno spaccato socio-demo eterogeneo.

Ciò consente di raggiungere **KPI importanti** grazie a piani integrati tra **content marketing e advertising** (display e non) cross sito. La verticalità delle testate è un plus per i marketers dei settori produttivi di riferimento ed è un'opportunità per quelli non direttamente collegati, ma che parlano ai responsabili d'acquisto, uomini, alto spendenti.

Driver

Multiplayer.it

HDBlog.it

Il Software.it

LegaNerd

Punti di forza

AUTOREVOLEZZA
INDICIZZAZIONE
BRAND LOVERS / COMMUNITY BUILDER

TREND SETTER
AUTOREVOLEZZA
INDICIZZAZIONE

UNICITA'
VERTICALITA'
INDICIZZAZIONE

COMMUNITY
BRAND AUTHORITY

Le recensioni di prodotto generano un numero medio di commenti compreso tra 500 e 800.

**ES: Days Gone MULTIPLAYER.IT
504 commenti**

SCENARIO & COMPETITOR

Top Websites

Top sites ranking for Games > Video Games

Video Games

Upgrade to see the full list.

Rank	Website
1	twitch.tv
2	multiplayer.it
3	everyeye.it
4	mininterno.net
5	playstation.com

MULTIPLAYER.IT oscilla tra il **secondo** e il **terzo posto** nel ranking italiano dei siti di video games per **SimilarWeb**

I primi 60 media italiani per total digital audience in marzo secondo Comscore

#	Media	Visitatori unici mar. 2019 (000)	Visitatori unici feb. 2018 (000)	Var. %	Pagine viste (000.000)	Minuti (000.000)
	Total Internet Audience	38.758	38.758	0	70.958	143.268
1	Citynews Gruppo Editoriale	21.776	21.524	1	188	235
2	Fanpage	19.996	20.223	-1	136	178
3	TGCOM24 Sites	19.387	20.388	-5	275	379
4	Quotidiano Net Network	16.150	13.515	19	100	119
5	ILFATTOQUOTIDIANO.IT	14.730	15.276	-4	117	167
6	TERMOMETROPOLITICO.IT	14.374	14.199	1	59	86
7	Donna Moderna Network	14.259	15.138	-6	67	81
8	Corriere Della Sera*	14.095	13.458	5	196	130
9	ILMESSAGGERO.IT	13.786	13.932	-1	78	81
10	Mypersonaltrainer	13.486	13.215	2	60	73
11	LEGGO.IT	11.298	10.946	3	62	77
12	MSN Content Sites	10.059	9.927	1	340	403
13	LIBEROQUOTIDIANO.IT	9.040	10.063	-10	114	150
14	ARANZULLA.IT*	7.761	7.099	9	31	23
15	Web365 Network	7.495	9.236	-19	51	66
16	Money.it Network	7.308	6.790	8	18	26
17	La Gazzetta Dello Sport*	7.023	7.176	-2	105	113
18	UPDAY.COM	6.919	6.952	-0	0	13
19	ILSOLE24ORE.COM	6.698	5.670	18	74	75
20	ALFEMMINILE.COM	6.358	6.638	-4	44	71
21	ILMATTINO.IT	5.982	5.014	19	48	41
22	ILGIORNALE.IT*	5.854	5.480	7	36	23
23	CORRIEREDELLOSPORT.IT	5.322	5.283	1	65	54
24	BLITZQUOTIDIANO.IT	5.153	1.460	253	16	20
25	GUIDAFISCO.IT	5.019	2.999	67	11	18
26	BLASTINGNEWS.COM	4.976	6.863	-27	17	17
27	TPI.IT	4.871	13.089	-63	16	17
28	ANSA.IT*	4.556	4.335	5	87	90
29	Caffeina Media	4.535	4.108	10	23	27
30	BIGODINO.IT	4.499	2.437	85	16	21
31	LETTERA43.IT	4.358	2.380	83	9	9
32	Le Iene	4.165			15	23
33	AUTOSCOUT24.IT	4.153	4.056	2	118	154
34	Smartworld.it Sites	4.124	4.421	-7	14	17
35	ILGAZZETTINO.IT	4.078	4.418	-8	31	28
36	Delta Pictures Editore	4.027	4.093	-2	27	31
37	Automoto Network	3.840	3.464	11	44	40
38	ADNKRONOS.COM	3.802	4.237	-10	13	12
39	TISCALI.IT	3.706	3.996	-7	218	266
40	ILPOST.IT*	3.616	3.894	-7	11	6
41	AFFARITALIANI.IT	3.592	2.200	63	16	15
42	Grazia Network	3.558	3.515	1	14	17
43	HTML.IT	3.459	2.366	46	9	6
44	RAI News	3.433	3.326	3	27	25
45	NOTIZIE.IT	3.214	2.739	17	15	19
46	TUTTOSPORT.COM	3.194	3.234	-1	81	84
47	HDBLOG.IT	3.098	2.996	3	25	29
48	Blogo	3.082	3.007	3	9	8
49	GREENME.IT*	3.065	2.079	47	8	5
50	Elle Network Italia	2.910	2.863	2	6	8
51	Sky.it Sport HD	2.879	2.486	16	5	20
52	FOCUS.IT	2.834	2.571	10	7	8
53	DILEI.IT*	2.768	2.960	-7	12	5
54	MotorSport Network	2.684	1.670	61	12	13
55	VANITYFAIR.IT*	2.579	2.956	-13	10	5
56	Sky.it TG24 HD*	2.433	1.869	30	6	5

HDBLOG.IT è il **47°** sito in Italia per TOTAL DIGITAL AUDIENCE secondo comScore - Marzo 2019

Automotive: l'audience online secondo comScore, dicembre

#	Media	Visitatori unici (000)	Pagine viste (000)	Minuti totali (000)
	Total Internet Audience	39.296	73.755.819	153.983.298
	Automotive	17.800	440.322	443.209
1	AutoScout24	4.186	100.390	162.482
2	Automoto Network	2.295	22.137	17.935
3	QUATTORRUOTE.IT	2.097	9.250	6.312
4	MotorSport Network	1.899	6.830	7.929
5	Mobile.International Sites	1.793	27.338	12.580
6	ALVOLANTE.IT	1.531	10.421	9.925
7	Virgilio Motori	1.177	3.067	3.282
8	ACI.IT	1.004	8.800	4.817
9	HDMOTORI.IT	881	1.997	1.994
10	Fanpage Motori	687	984	1.048
11	MOTORBOX.COM	628	2.158	1.148
12	Repubblica.it Motori	575	2.204	2.266
13	Panoramauto Network	454	747	1.006
14	MOTORI.IT	435	1.188	819
15	MSN Autos	433	8.649	3.798
16	PATENTATI.IT	348	4.111	3.425
17	QUOTIDIANO.NET Motori	304	615	575
18	Blogo Motori	299	455	228
19	Corriere Della Sera Motori	297	2.420	1.388
20	MOTOCICLISMO.IT	294	1.069	532
21	SICURAUO.IT	293	877	506
22	MOTORIONLINE.COM	254	580	527
23	AUTOPARERI.COM	202	583	265
24	ALLAGUIDA.IT	177	450	573
25	INFOMOTORI.COM	171	387	318
26	ELABORARE.COM	170	362	243
27	AUTO.IT	126	733	352
28	SCEGLIAUTO.COM	106	363	134
29	LATUAAUTO.COM	92	218	272
30	CUBOAUTO.IT	65	681	221

AGGREGATI:
 - AutoScout24: Autoscout24.it, Autoscout24.com;
 - Automoto Network: Automoto.it, Moto.it, VetrinaMotori.it;
 - MotorSport Network: Motor1.com, Motorsport.com, Motorsportnetwork.com;
 - Mobile.International Sites: Automobile.it, Mobile.de;
 - Virgilio Motori: Virgilio.it (Sezione Motori), Motorlife.it;
 - Fanpage Motori: Fanpage.it (Sezione Motori);
 - Repubblica.it Motori: Repubblica.it (Sezione Motori);
 - Panoramauto Network: Panorama-auto.it, Pianetamotori.it;

HDMOTORI.IT è il **9°** sito italiano di motori per AUDIENCE secondo comScore - Dicembre 2018

SPACCATO SOCIO-DEMO AGGREGATO



70%

I LETTORI CHE
HANNO TRA I 25-44
ANNI



54%

DEI LETTORI IMPIEGATO
NEL SETTORE DELLA
VENDITA E DEI SERVIZI



80%

DEI LETTORI
SONO UOMINI

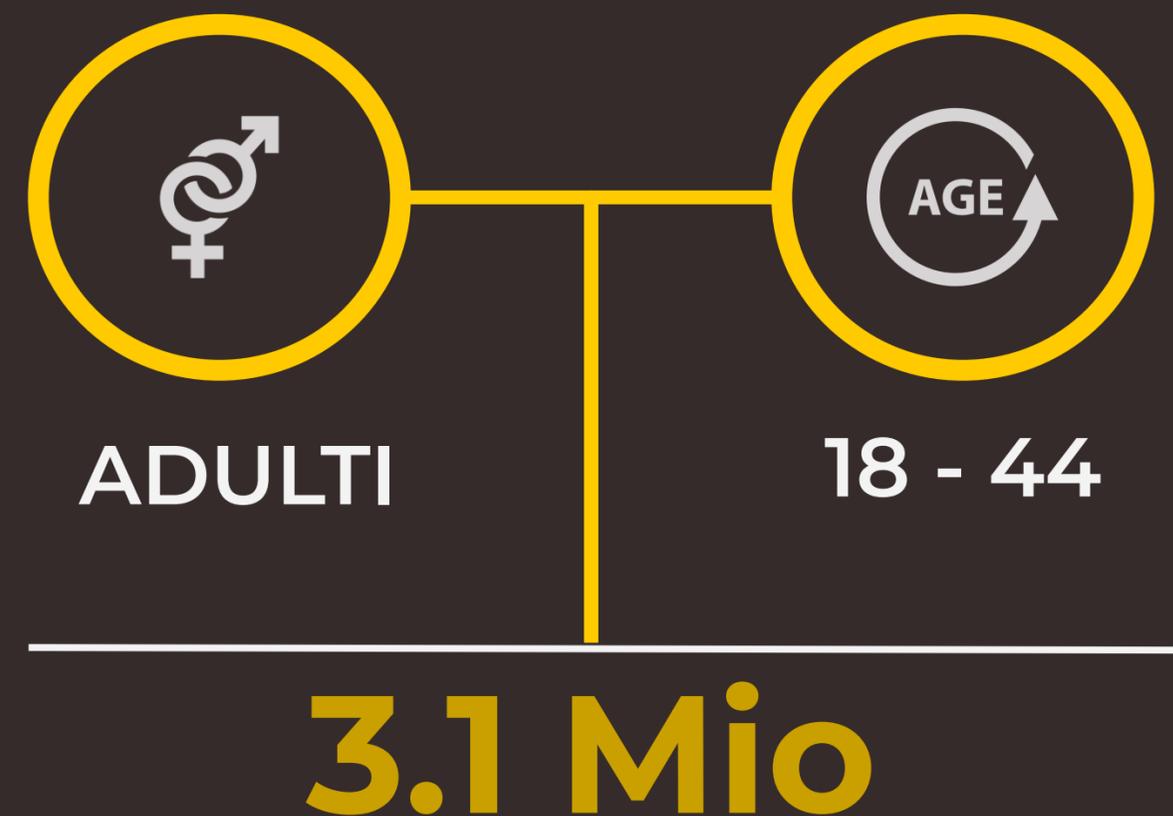
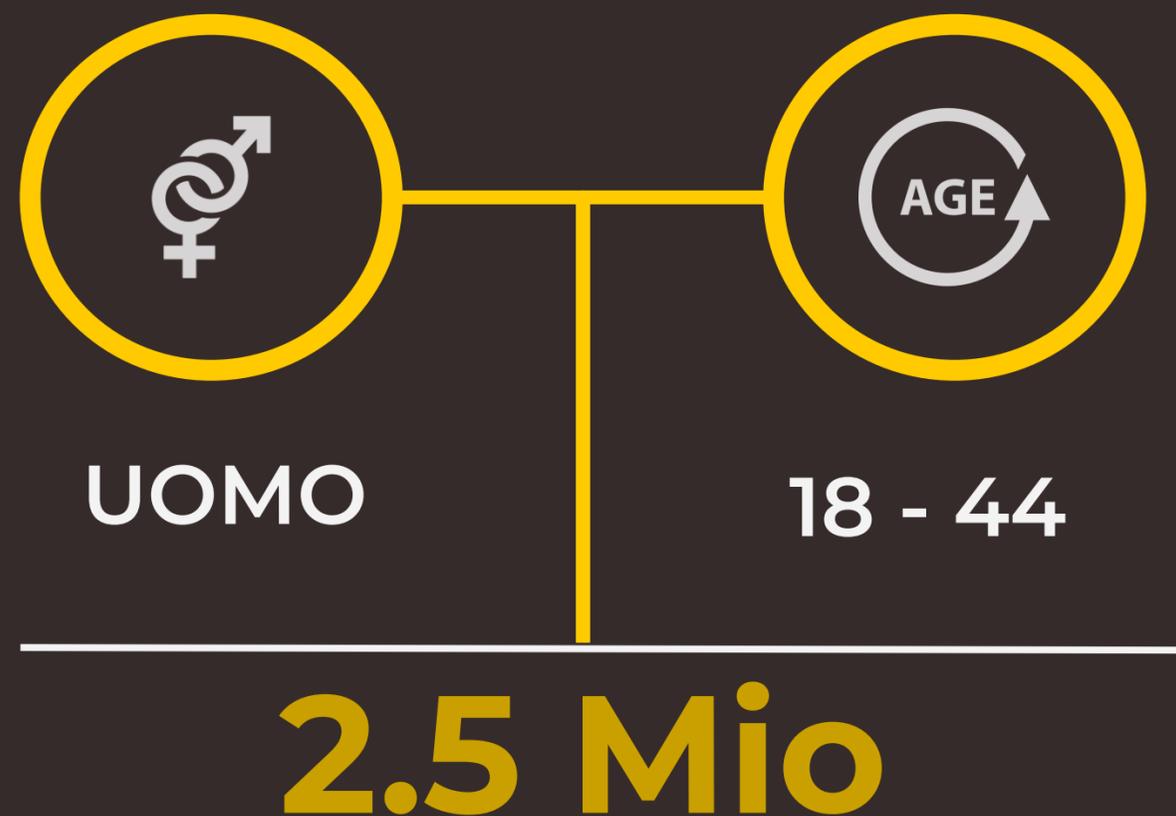


55%

DEI LETTORI HA
UNA LAUREA

Fonte: Google Analytics - COMSCORE GIU. 2019

CLUSTER DI LETTORI PER ETÀ



Fonte: Google Analytics - RIF ANNO 2018

MULTIPLAYER.IT - OVERVIEW

Multiplayer.it è il primo web magazine italiano dedicato interamente al mondo videogiochi e intrattenimento digitale. 20 anni di esperienza a contatto con il mondo dei gamer!

INTERESSI DEL PUBBLICO

Videogiochi / Tecnologia / Fumetti / Serie Tv/ Pop & Nerd Culture

3.500.000
UTENTI UNICI

14.200.000
PAGINE VISTE

1:70
TEMPO MEDIO/P

630.000
FOLLOWER



88% UOMINI
12% DONNE



69% DIPLOMA
31% LAUREA



14% DESKTOP
86% MOBILE



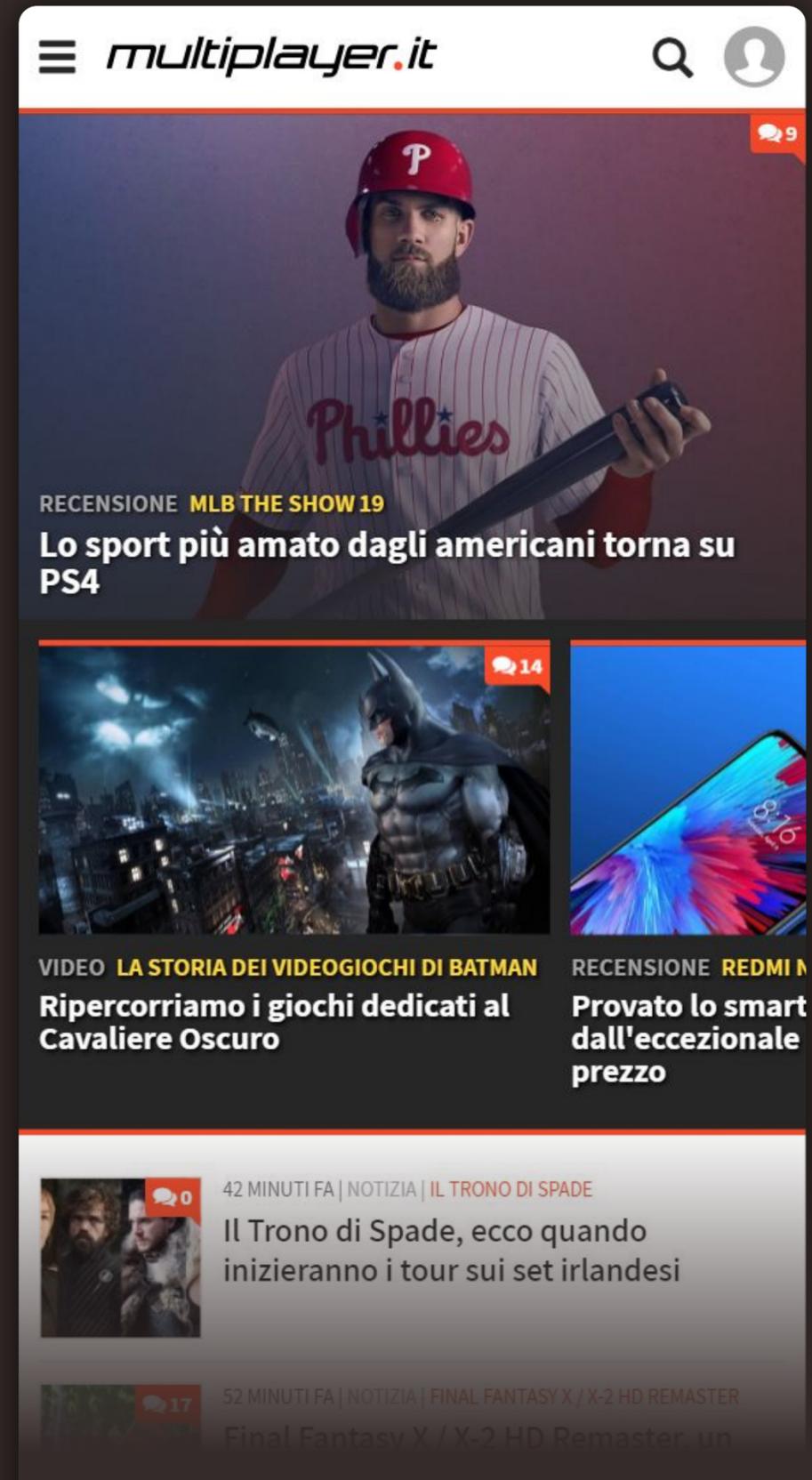
16% 18-24
29% 25-34
23% 35-44



40% NORD
22% CENTRO
38% SUD



55% MAX 27K
36% 27K - 54K
9% MIN 54K



LEGANERD.COM - OVERVIEW

Lega Nerd è un importante punto di riferimento della cultura nerd/geek nel nostro paese, la prima piattaforma editoriale italiana completamente basata sul crowdsourcing.

INTERESSI DEL PUBBLICO

Scienza / Cult Movies / Geek Culture / Hobbistica

575.000
UTENTI UNICI

1.500.000
PAGINE VISTE

1:08
TEMPO MED.

180.000
FOLLOWER



71% UOMINI
29% DONNE



75% DIPLOMA
25% LAUREA



36% DESKTOP
64% MOBILE



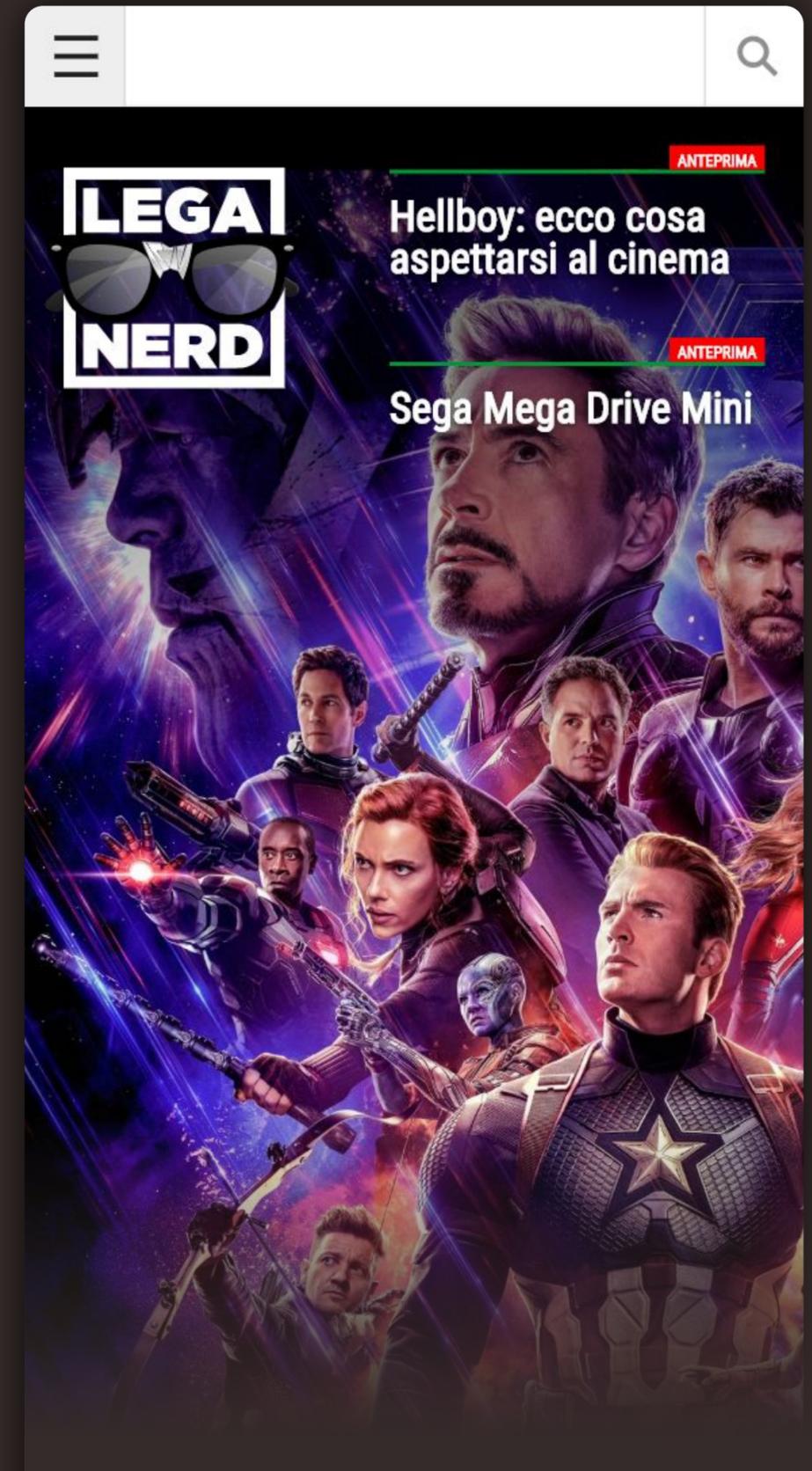
14% 18-24
33% 25-34
26% 35-44



64% NORD
18% CENTRO
18% SUD



48% MAX 27K
46% 27K - 54K
6% MIN 54K



HDBLOG.IT - OVERVIEW

HDBlog.it è un portale di approfondimento e informazione dedicato al mondo della tecnologia di largo consumo.

INTERESSI DEL PUBBLICO

Appassionati di tecnologia e supporti per l'intrattenimento digitale / Geek / Tecnofili / Curiosi / Gamer

6.000.000
UTENTI UNICI

25.400.000
PAGINE VISTE

3:52
TEMPO MED.

890.000
FOLLOWER



76% UOMINI
24% DONNE



73% DIPLOMA
27% LAUREA



27% DESKTOP
73% MOBILE



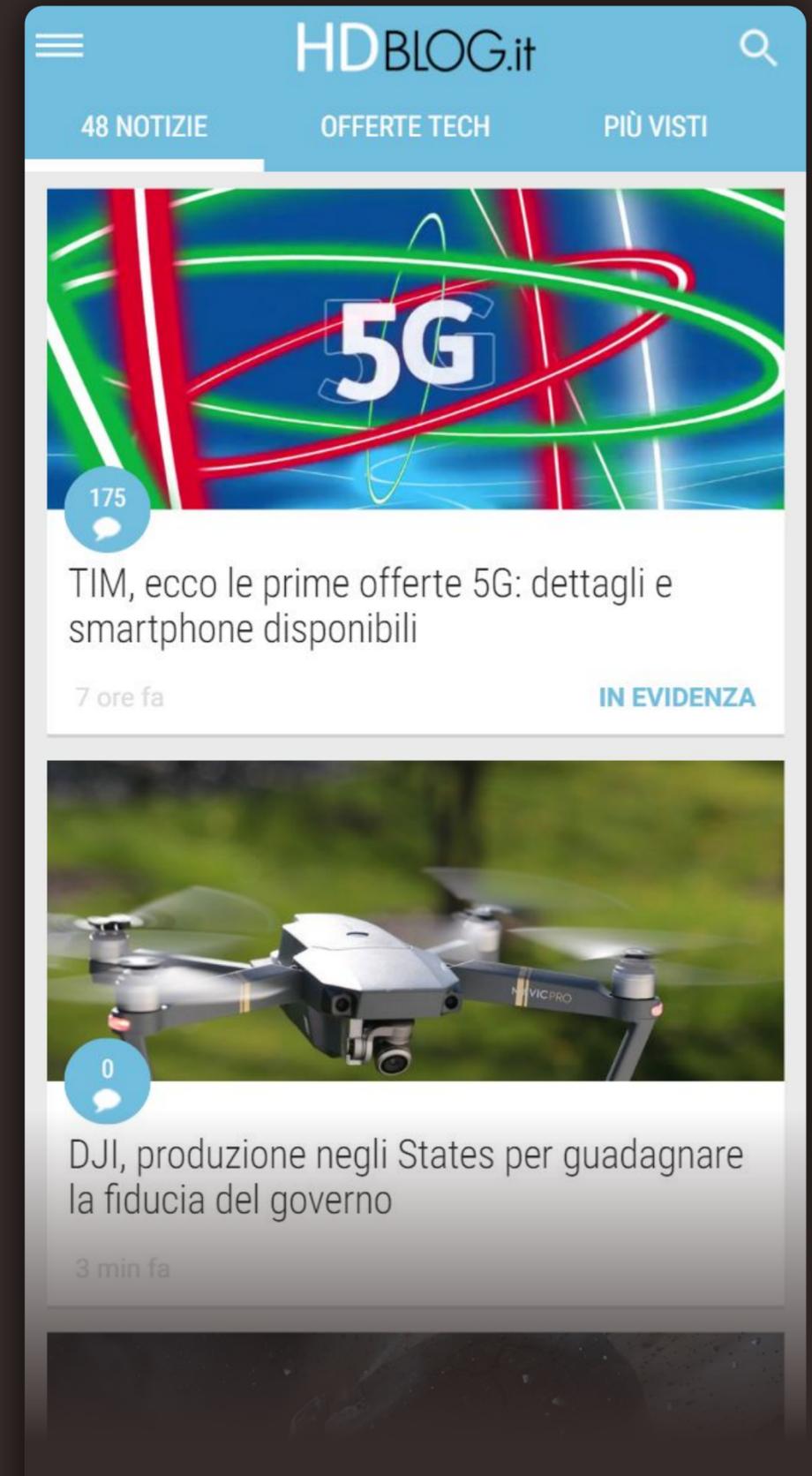
14% 18-24
28% 25-34
23% 35-44



45% NORD
20% CENTRO
35% SUD



50% MAX 27K
44% 27K - 54K
6% MIN 54K



HDMOTORI.IT - OVERVIEW

HDNETWORK ingloba la realtà di Hdblog, portale di approfondimento e informazione dedicato al mondo della tecnologia di largo consumo e **HdMotori**, sito di informazione con focus sul mondo delle automobili e dei motori in generale. Il sito per appassionati di due ruote vanta un tempo medio di lettura di **oltre 4 minuti per articolo**.

INTERESSI DEL PUBBLICO Appassionati di Auto, Moto e Motori / Competizioni / Design / Mobilità / Appassionati di tecnologia e supporti per l'intrattenimento digitale / Geek

550.000
UTENTI UNICI

1.000.000
PAGINE VISTE

3:52
TEMPO MED.

200.000
FOLLOWER



83% UOMINI
17% DONNE



64% DIPLOMA
36% LAUREA



27% DESKTOP
73% MOBILE



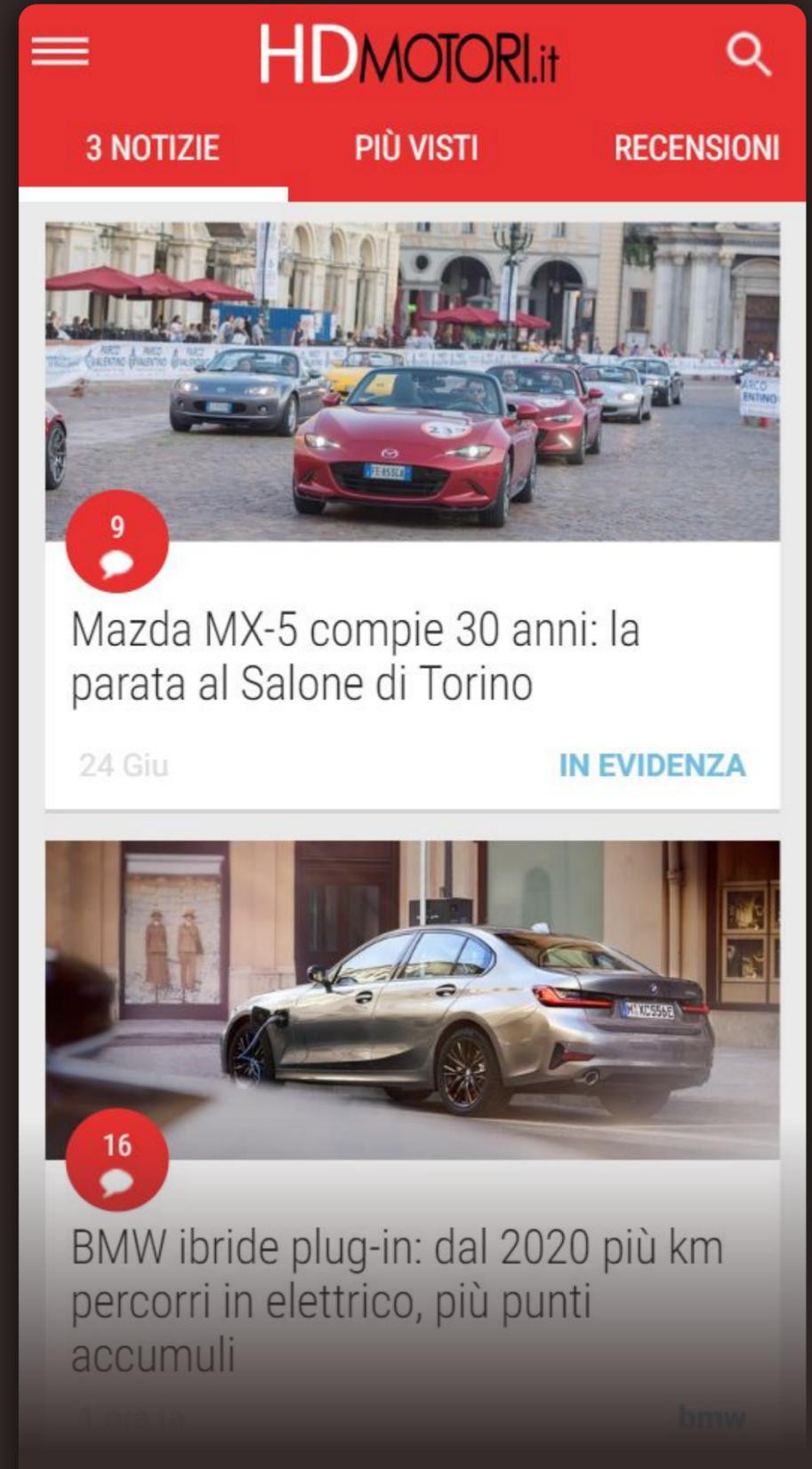
52% 18-44
20% 25-34
44% 35-54



35% NORD
31% CENTRO
34% SUD



46% MAX 27K
38% 27K - 54K
16% MIN 54K



ILSOFTWARE.IT - OVERVIEW

ilSoftware.it è un sito specializzato in strategie e soluzioni software professionali ed aziendali. Generosissimo in termini di contenuti business, di guide pratiche e "how to", pone l'accento sui consigli e sugli strumenti per gestire al meglio i sistemi IT delle PMI e dei professionisti con un approccio orientato sia all'informazione che alla formazione.

INTERESSI DEL PUBBLICO

Soluzioni IT / Aggiornamenti Tech / Device e Periferiche / Eventi IT mondiali / Software Pro e Consumer

1.300.000
UTENTI UNICI

3.200.000
PAGINE VISTE

1:32
TEMPO MED.

10.000
FOLLOWER



75% UOMINI
25% DONNE



67% DIPLOMA
33% LAUREA



55% DESKTOP
45% MOBILE



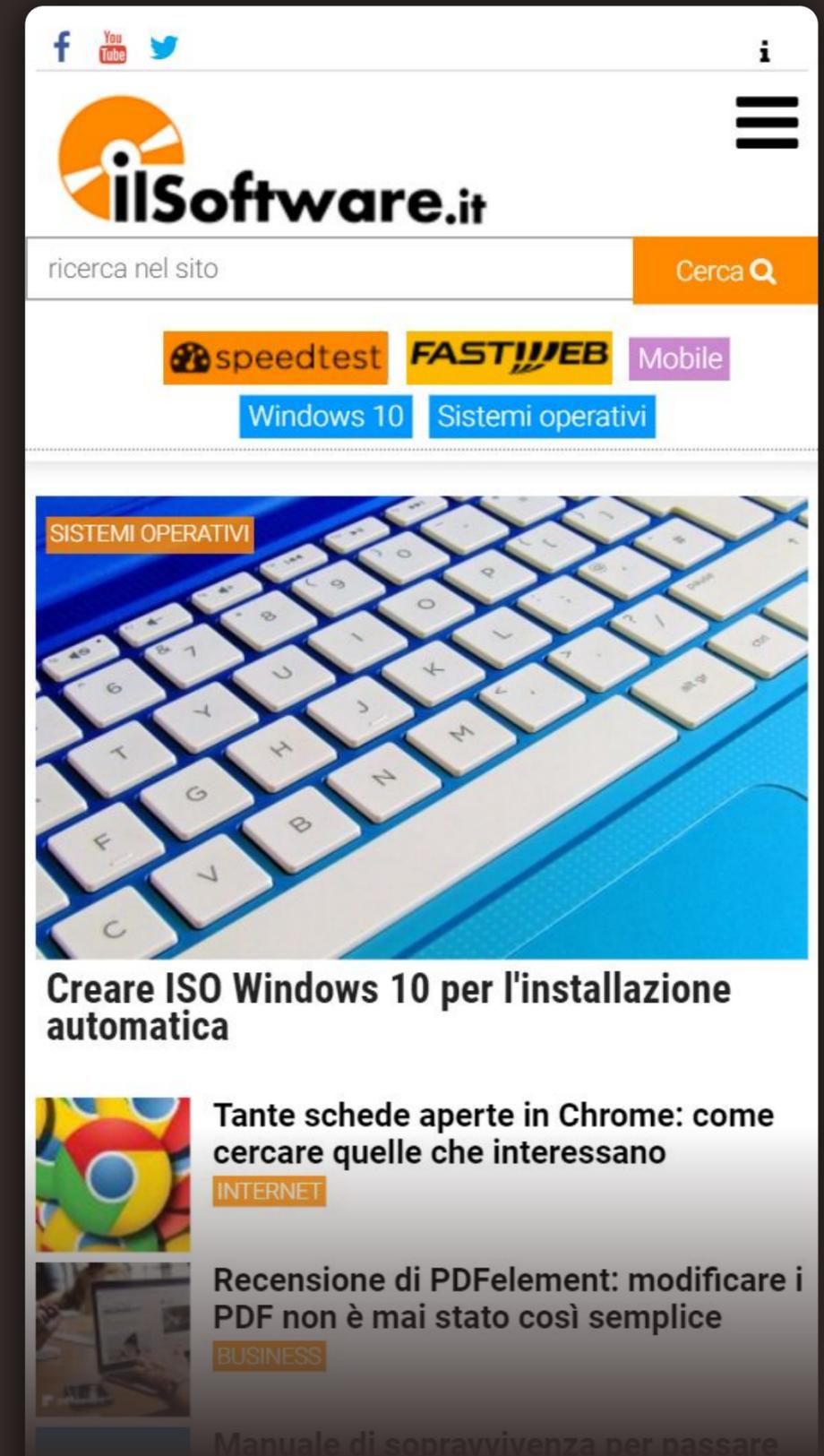
9% 18-24
45% 25-44
46% 45+



45% NORD
17% CENTRO
32% SUD



51% MAX 27K
32% 27K - 54K
10% MIN 54K



I SOCIAL NETWORK

CIRCUITO TECH & GEEK

TWITCH

È la piattaforma per **video in diretta** di proprietà di **Amazon**.

Fortemente legata ai **videogiochi**, negli ultimi 2 anni ha aperto anche a progetti di arte, musica e intrattenimento in generale, facendo delle **interazioni con il pubblico** il suo punto forte. A **febbraio 2019** ha ospitato il più grande concerto virtuale della storia tenuto da **Marshmello** per oltre **10 milioni di spettatori**.



- 3 milioni di device unici per mese in Italia.
- Crescita del 132% dei dispositivi unici nell'arco di 12 mesi.
- 4.75 miliardi di minuti guardati nel 2018 in Italia.
- 95 minuti spesi in media per utente che guarda Twitch ogni giorno.



fonte: twitch.tv (2017)

TWITCH

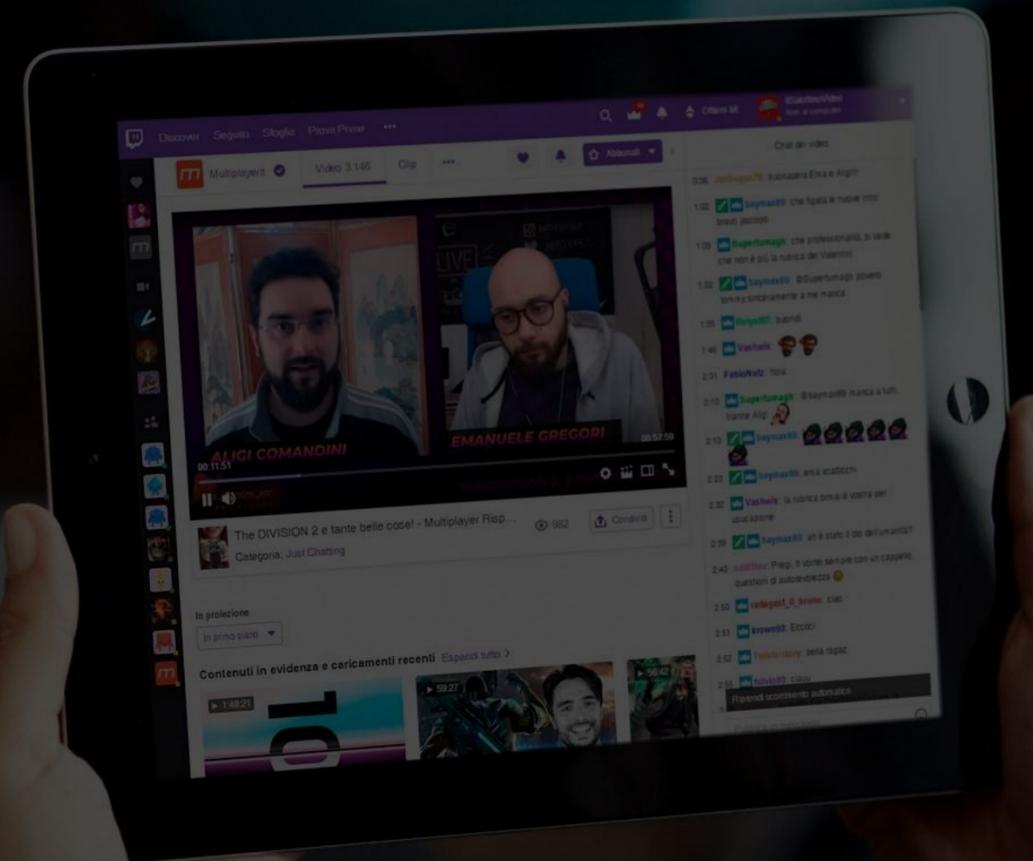
Il canale di Twitch di Multiplayer.it è fra i più attivi e di maggior successo in Italia.

Grazie alla collaborazione di **diversi Twitcher** e alla redazione che ha saputo integrarsi bene con il nuovo modo di comunicare della piattaforma, ogni giorno il canale è sempre popolato da dirette e/o re-streaming di contenuti Gameplay LIVE con protagonisti i videogiochi più attuali ed interessanti.

I format LIVE di Twitch permettono di inserire il brand all'interno del racconto e della vita quotidiana della redazione.

Twitch crea un nuovo modo di fare community grazie al meccanismo di chat integrata e di donazione che generano un "patto", un legame di fatto di fiducia tra creator e seguace.

Dal 2018 Multiplayer.it è **media partner ufficiale di ESL Italia.**



Cosa può fare un brand

1. Test di prodotto live
2. Cultura di prodotto e storytelling
3. Q&A personalizzato

LIVE & STREAMING

La redazione lavora quotidianamente per garantire un cospicuo ore di contenuti da veicolare in streaming.

Tra le rubriche più autoriali: il **CORTOCIRCUITO E MULTIPLAYER RISPONDE** (1 volta a settimana). Si tratta di format di approfondimento che mettono a confronto diversi redattori di volta in volta sui temi caldi del periodo.

A PRANZO CON e LONG PLAY sono rubriche quotidiane, durante le quali i redattori o gli streamer del circuito legato a Multiplayer, gioca ai titoli del momento.

Spettatori Unici / Giorno **13 K**

Abbonati **2 K**

Circuito Twitcher Influencer **7**

Ore di Live quotidiane **da 4 a 7**



TWITCH STREAMER & CHANNELS



MULTIPLAYERIT

43.500+ Followers
8.698 Peak Viewers



LEGANERD

1.700+ Followers
207 Peak Viewers



KODOMO YUKI

40.000+ Followers
4.864 Peak Viewers



PREGIANZA

6.500+ Followers
415 Peak Viewers



iBOB

21.500+ Followers
999 Peak Viewers



NERDOCRACY

16.000+ Followers
985 Peak Viewers

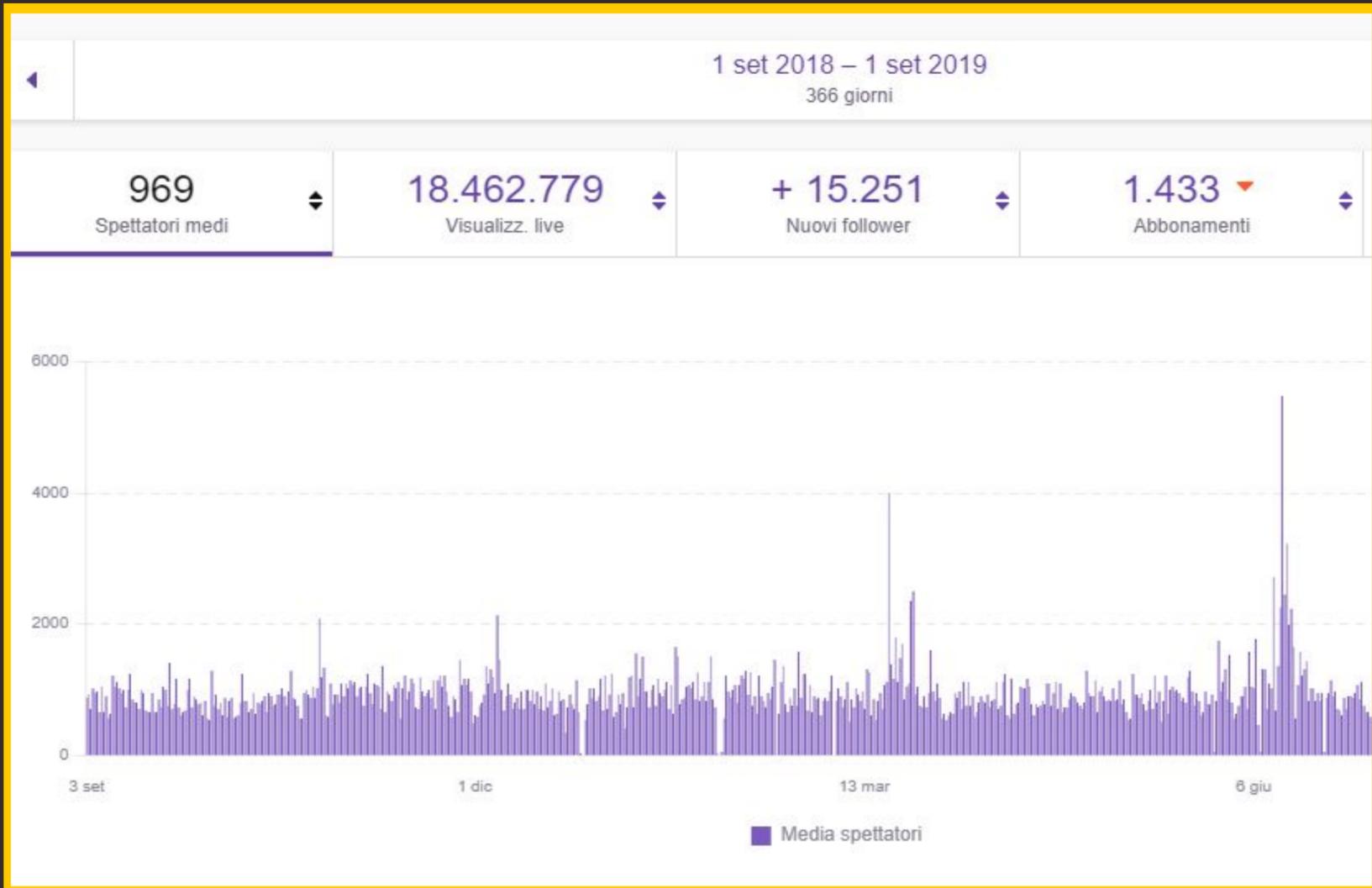


GABRIELLE CROIX

1.500+ Followers
115 Peak Viewers

FOCUS TWITCH - MULTIPLAYER.IT

TWITCH INSIGHT SETT. 2018/SETT. 2019

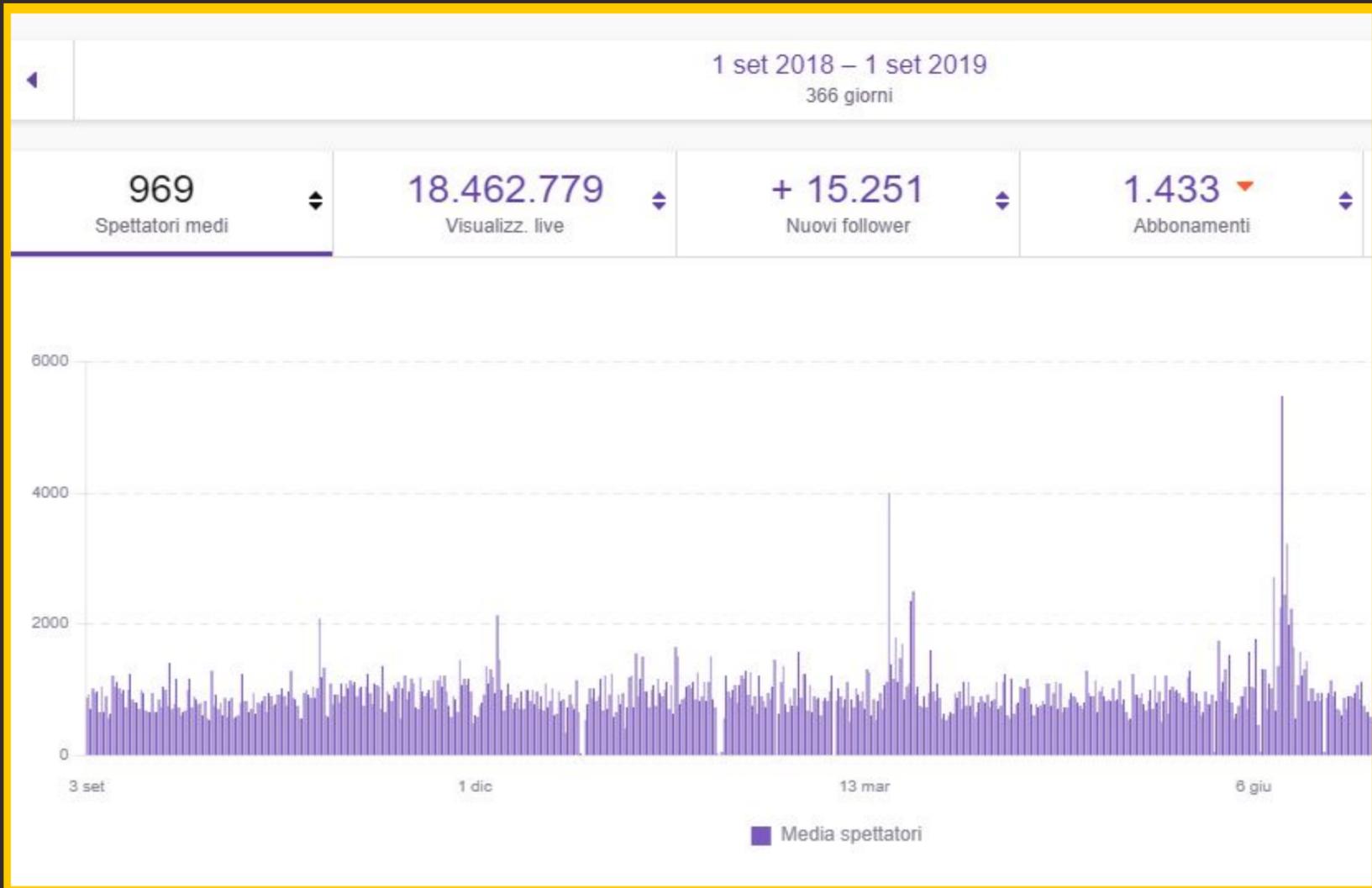


- VIEWS LIVE TOT.: **18.462.779**
- MEDIA SPETTATORI IN LIVE: **960**
- INSIGHT



FOCUS TWITCH - MULTIPLAYER.IT

TWITCH INSIGHT SETT. 2018/SETT. 2019



- VIEWS LIVE TOT.: **18.462.779**
- MEDIA SPETTATORI IN LIVE: **960**
- INSIGHT



TOP CONTENT 2019 - TWITCH

Conferenza Microsoft E3 2019

SPETTATORI IN : **9.900** | VIEWS TOT. **180.000**



E3 2019: la conferenza Microsoft Xbox è stato l'evento più visto su Twitch

In base ai dati registrati da Githyp.com, l'evento dell'E3 2019 più visto su Twitch è risultato essere ancora una volta la conferenza Microsoft Xbox, per la terza volta consecutiva.

NOTIZIA di [Giorgio Melani](#) — 18/06/2019

Githyp.com ha pubblicato una serie di dati relativi alla visione degli eventi in streaming all'E3 2019, da cui risulta che la **conferenza Microsoft Xbox** è stata la **più vista**, ottenendo questo primato per la terza volta consecutiva.

I dati raccolti consentono di stilare una classifica degli eventi in streaming più visti dell'E3 2019, in base al picco di utenti registrato su **Twitch**. L'evento più visto è risultato essere la conferenza Microsoft Xbox: il fatto che mancasse Sony come concorrente ha sicuramente facilitato le cose, ma bisogna rilevare come questo primato arrivi per il **terzo anno consecutivo**, dunque l'interesse registrato va al di là della presenza o meno di concorrenti diretti. Da notare inoltre che i dati sono relativi al solo Twitch, mentre la **conferenza Microsoft Xbox all'E3 2019** aveva come canale preferenziale di trasmissione la piattaforma Mixer, motivo per cui forse si è registrato anche un certo calo di utenti rispetto all'anno precedente, visto che in molti l'avranno probabilmente seguita attraverso Mixer o direttamente su Xbox.

Allo stesso modo, questi dati non riflettono precisamente la concentrazione dell'utenza, visto che non prendono in considerazione YouTube, che

#MICROSOFT
Microsoft

TI POTREBBE INTERESSARE

- Microsoft: Dark Mode per Office su iOS e iPadOS
- Microsoft Office per iOS e iPadOS, ecco la modalità scura
- Project xCloud, l'elenco completo dei giochi disponibili
- Project xCloud, disponibile la versione di prova pubblica
- Microsoft: Windows 10 November 2019 update in arrivo, aggiornamento 19H2 ufficiale

VAI AL TAG

PROSSIME LIVE

- 19:00
Overwatch con KodomoYuki
- 21:00
ESL Campionato Nazionale presented by PS4 | CTR

LINK

YOUTUBE CHANNELS

Youtube è tra le piattaforma preferite per tutto quello che riguarda l'approfondimento sul prodotto, gli how to e gli unboxing. Non è più una piattaforma solo per geek e smanettoni ma per pubblici molto trasversali e mass target.

Ogni canale del nostro circuito Tech & Geek è estremamente verticale e tarato su un'utenza ben specifica: appassionati di gaming ed intrattenimento per il canale di Multiplayer.it, tecnologia per tutti i gusti su HdBlog.it e lifestyle & nerd culture su Leganerd.com.



MULTIPLAYER

TGT. Gaming

100 K

FOLLOWER

23 Mio

TOTAL VIEWS



HDBLOG

TGT. Tech

420 K

FOLLOWER

218 Mio

TOTAL VIEWS



LEGANERD

TGT. Lifestyle

10 K

FOLLOWER

3 Mio

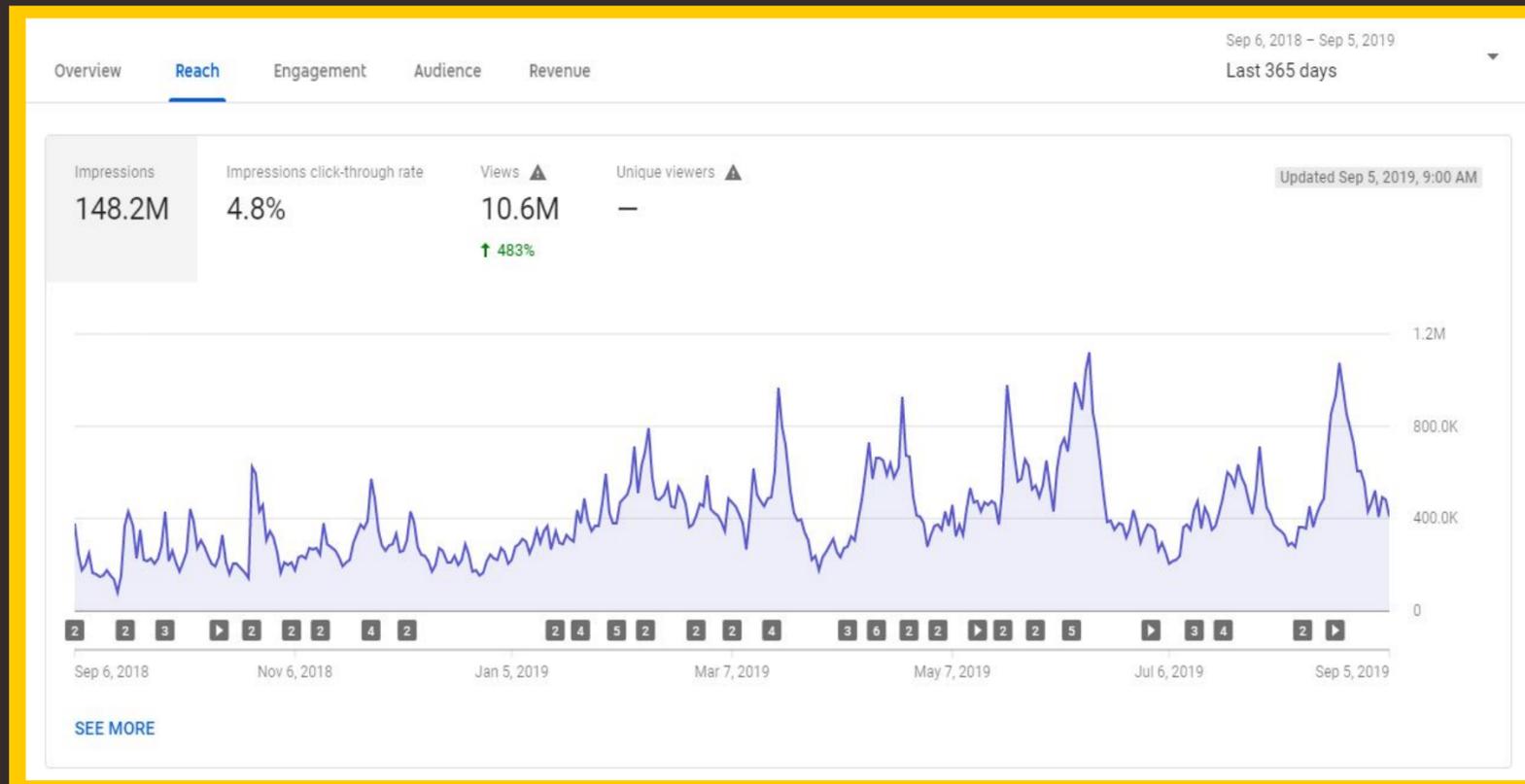
TOTAL VIEWS

Cosa può fare un brand

1. Test di prodotto live
2. Cultura di prodotto e storytelling
3. Video Recensioni

FOCUS YOUTUBE - MULTIPLAYER.IT

YOUTUBE INSIGHT SETT. 2018/SETT. 2019



ISCRITTI

101 K

UTENTI UNICI

746,5 K

IMPRESSIONS

148 Mio

VIEWS TOT.

11 Mio

WATCHING TIME (minutes)

43 Mio

CLICK THROUGH RATE

4,8%

CRESCITA ANNUALE DEL CANALE

+483% VIEWS

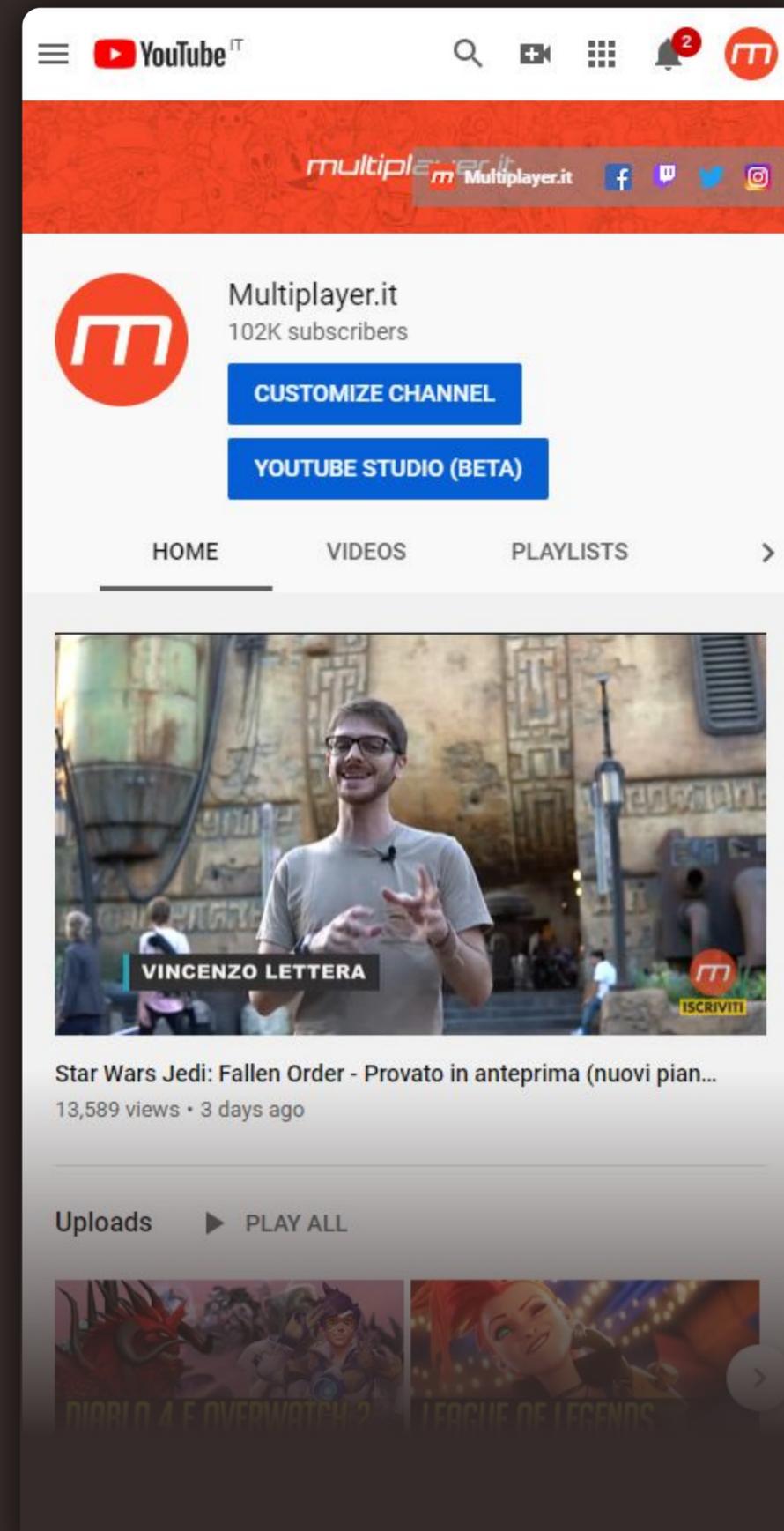
CONTENT IS KING

QUANTITA', QUALITA' E VARIETA'

La realizzazione di contenuti video informativi o divertenti ha da sempre fatto parte del DNA di **Multiplayer.it**. Nell'ultimo anno il **canale YouTube** della testata ha visto un **notevole incremento di contenuti pubblicati** con il duplice obiettivo di soddisfare il pubblico storico dei lettori ma allo stesso tempo coinvolgere nuovi visitatori.

Oltre alle **videorecensioni** e le **videoanteprime** la redazione lavora ogni giorno ad una serie di contenuti video sempre più apprezzati dai lettori:

- **PuntoDoc**: una serie di documentari dedicati alla storia delle saghe di videogiochi più famose;
- **Retrospective**: approfondimenti su vecchi cult, sviluppatori e giochi che hanno fatto la storia
- **VideoNews**: filmati con le notizie più importanti di un dato periodo
- **Release List**: video sulle uscite più importanti del mese
- **Approfondimenti** su giochi che si focalizzano su specifici aspetti
- **Reportage dalle fiere** internazionali più importanti
- **Video di opinione** su determinate tematiche spesso suggerite dai lettori



The screenshot displays the YouTube channel interface for Multiplayer.it. At the top, the YouTube logo and navigation icons are visible. The channel name 'Multiplayer.it' is prominently displayed, along with the subscriber count '102K subscribers'. Two blue buttons are present: 'CUSTOMIZE CHANNEL' and 'YOUTUBE STUDIO (BETA)'. Below the channel header, the navigation menu includes 'HOME', 'VIDEOS', and 'PLAYLISTS'. The main content area features a video thumbnail for 'Star Wars Jedi: Fallen Order - Provato in anteprima (nuovi pian...)' by Vincenzo Lettera, with 13,589 views and a '3 days ago' timestamp. Below the video, there are thumbnails for other content, including 'DIABLO 4 E OVERWATCH 2' and 'LEAGUE OF LEGENDS'.

CONOSCIAMO I VISITATORI

+445%

ISCRITTI AL CANALE IN UN ANNO



95% UOMINI

5% DONNE



33% 18-24

39% 25-44

9% 45+

HIGHLIGHTS

- **FRUIZIONE:** 57% mobile, 23% desktop
- **PROVENIENZA:** 53% browser search, 22% YouTube search
- **97%** non usa **SOTTOTITOLI**
- **33%** dei visitatori del canale ha visto il **Punto Doc - La Storia dei Videogiochi**
- Lo **SKIPPABLE VIDEO ADS** è il formato adv più performante

TOP CONTENT 2019 - YOUTUBE



PLAYSTATION 5: PREZZO, DATA E TUTTO QUEL CHE (NON) SAPPIAMO
VIEWS: **314.619** | INTERACTIONS: **7.904**

FACEBOOK

Netaddiction affianca all'attività editoriale, un importante impianto di pagine e community FACEBOOK con l'obiettivo di raggiungere un'utenza verticale che si diversifica in nicchie diverse a seconda dell'interesse: videogiochi, fumetti, curiosità, tecnologia ed elettronica di consumo.

700.000

FOLLOWER TOTALI

9.000.000

REACH MEDIO SETTIMANALE

4 PAGINE

ATTIVE ED AGGIORNATE

MULTIPLAYER

FanPage

312.000

FOLLOWER

3.000.000

WEEKLY REACH

LEGANERD

FanPage

153.000

FOLLOWER

350.000

WEEKLY REACH

NERDINSIDE

Facebook Page

62.000

FOLLOWER

2.200.000

WEEKLY REACH

HD BLOG

FanPage

165.000

FOLLOWER

3.300.000

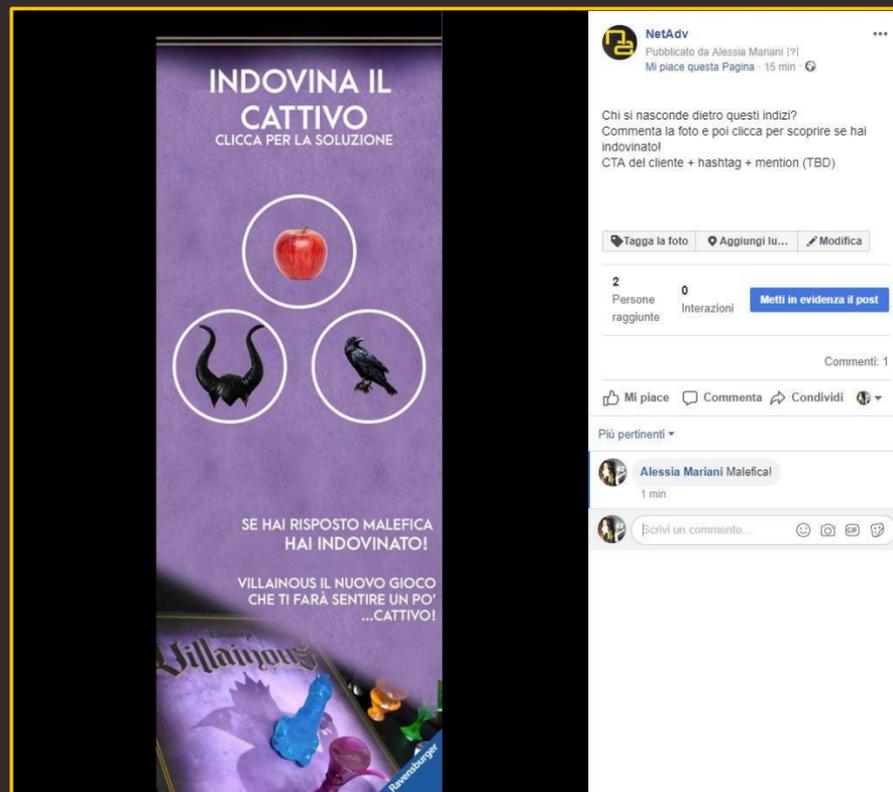
WEEKLY REACH

FORMATI - LONGFORM

Sono formati adatti all'ingaggio dell'utente sulle fanpage ufficiali. "si gioca" con la community, coinvolgendoli in brevissimi mini quiz.

Attraverso degli indizi, gli utenti commenteranno la foto scrivendo secondo loro il nome del personaggio e confermeranno la loro risposta cliccando sul formato.

Di seguito **un sample** di come è visualizzato il formato sulla fanpage, qui il link per vedere il post [LINK SAMPLE](#)



INSTAGRAM

Lo storytelling che gli account costruiscono su Instagram ha un duplice scopo: quello di creare un filo conduttore tra lettori e brand editoriali, spontaneo e riconoscibile e quello di esprimere le esperienze dirette di eventi, fiere e press tour. E' lo strumento ideale nei piani di comunicazione che integrano attività offline e campagna pubblicitaria digital, per creare un filo conduttore con il lettore

144.500

FOLLOWER TOTALI

530.000

IMPRESSIONS MEDIE MENSILI

4

ACCOUNT

ATTIVI E SEMPRE AGGIORNATI

MULTIPLAYER

Account Certificato

36.200

FAN

146.000

WEEKLY IMPRESSIONS

LEGANERD

Account

8.100

FOLLOWER

15.000

WEEKLY IMPRESSIONS

MOVIEPLAYER

Account

8.400

FOLLOWER

70.000

WEEKLY IMPRESSIONS

HD BLOG

Account

96.600

FOLLOWER

300.000

WEEKLY IMPRESSIONS

INSTAGRAM ACCOUNT

A supporto delle campagne pubblicitarie cross account, Netaddiction punta **a generare brand awareness** utilizzando il visual storytelling di Instagram sugli account in target con il progetto



LINK

INSTAGRAM STORIES
Multiplayer.it - Speciale E3 2019



LINK

INSTAGRAM STORIES
Movieplayer.it - Speciale Robin Hood
a Lucca Comics & Games 2019

INSTAGRAM STORIES

Le Stories sono il mezzo più veloce e istantaneo per creare dei contenuti che veicolino sia i contenuti relativi al prodotto, sia sondaggi o reaction riguardo contenuti virali e divertenti.

Per questo proponiamo la creazione di alcuni contenuti declinati in formato instagram stories che possano ingaggiare l'utente in una mini attività interattiva.

TIPO DI CONTENUTO: **Interactive Stories**

Come funzionano?

Il reparto creativo realizzerà un pacchetto costituito da 3 stories:

- la prima servirà a spiegare brevemente e in maniera didascalica l'attività interattiva
- la seconda invece sarà l'attività stessa, per Villainous alterneremo velocemente tutti i personaggi del gioco in successione veloce e, con un semplice tap sullo schermo, si bloccherà mostrando il personaggio random "scelto"
- per concludere poi con una riduzione di 15 secondi dello spot (se c'è) con relativo swipeup all'acquisto.

Qui il link per visionare un sample

<https://www.instagram.com/stories/highlights/17972169730147217/>



CASE HISTORY

CIRCUITO TECH & GEEK

melita

BRANDED CONTENT & SPONSORSHIP

Report | In progress (Giu- Ago 2019)

netaddiction

CONTENUTI

MULTIPLAYER.IT

- 3 Articoli
- 2 Live streaming Twitch
- 4 Live community Events
- Social Coverage Instagram



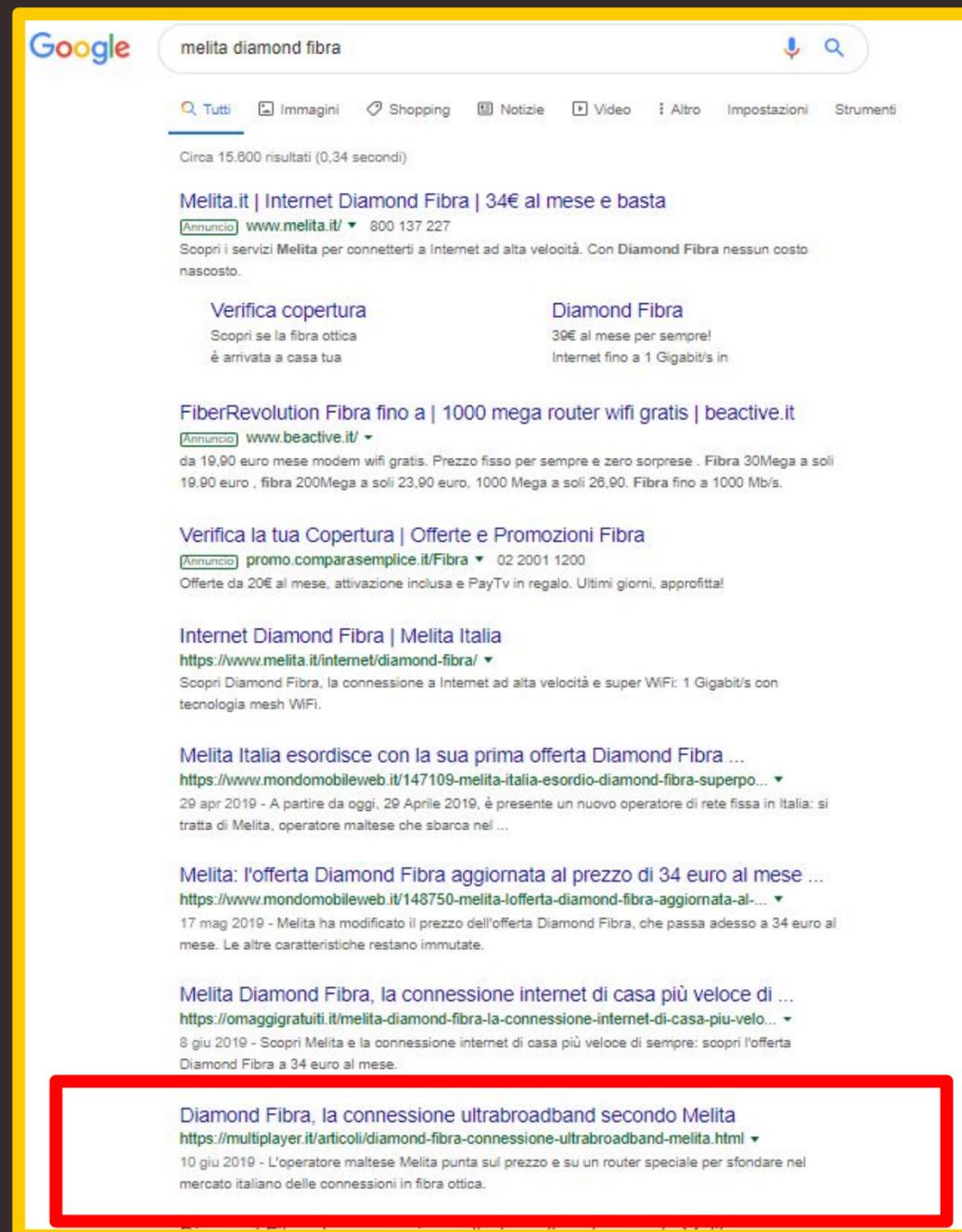
Diamond Fibra, la connessione ultrabroadband secondo Melita

13

L'operatore maltese Melita punta sul servizio e su un router speciale per sfondare nel mercato italiano delle connessioni in fibra ottica

SPECIALE di **Mattia Armani** — 25/06/2019

Tra i nomi degli operatori italiani è spuntato anche quello di **Melita**, una società di telecomunicazioni maltese che è un nome già noto in Italia da qualche tempo, ma ha di recente guadagnato visibilità proponendo un'offerta Diamond Fibra che utilizza l'infrastruttura in costante crescita di **Open Fiber**. Ed è, quest'ultima, un'opera importante, un mezzo attraverso il quale speriamo di avere presto una copertura capillare in fibra ottica FTTH (Fiber To The Home): una tecnologia, vitale all'alba dell'era del gioco in streaming, che tagliando finalmente i ponti con doppi e cavi antidiluviani garantisce ping ridotto e banda piena. Abbastanza per dare una scossa alla connettività italiana, una realtà finalmente destinata a migliorare durante i



Diamond Fibra, la connessione ultrabroadband secondo Melita

AVT: 3:03 | LETTURE: 5.032 | FIRST PAGE ON GOOGLE SEARCH

TWITCH ANALYTICS - LIVE STREAMING

1
OF 2

LINK



- TOTAL VIEWS: **26.171**
- UNIQUE VISITORS: **13.956**
- STREAMING VISITORS: **1.624**

2
OF 2

LINK



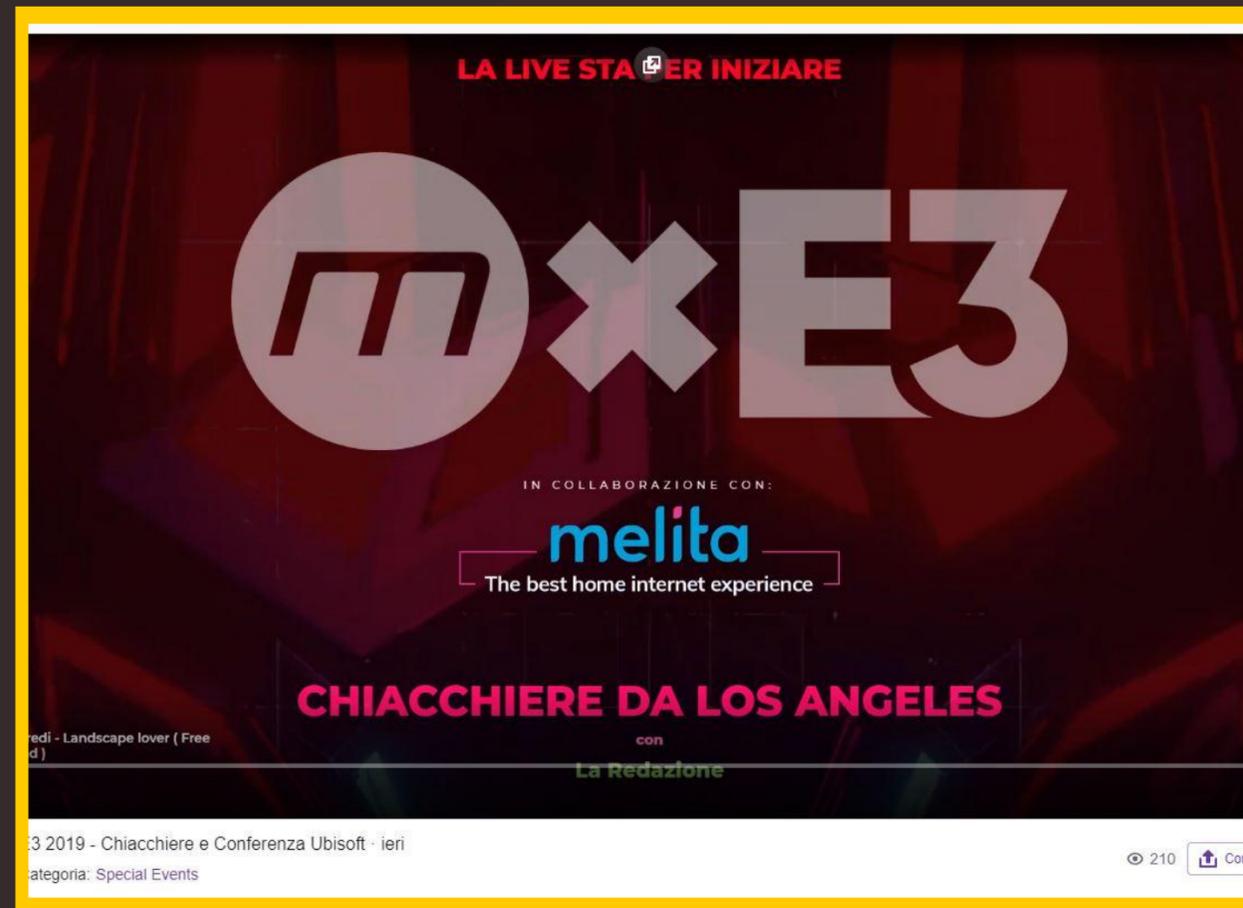
- TOTAL VIEWS: **21.329**
- UNIQUE VISITORS: **13.482**
- STREAMING VISITORS: **1.268**

TWITCH ANALYTICS - LIVE STREAMING

Un team di 12 persone dislocate tra Los Angeles e gli studi della sede di Terni ha organizzato più di **30 appuntamenti** tra live e repliche che hanno coinvolto quasi **1800 spettatori unici medi IN LIVE** con un record **di 10 mila** durante la conferenza Microsoft . Il Brand è stato visibile

1
OF 30

LINK



- TOTAL VIEWS:
1.890.000
- UNIQUE VISITORS:
850.000
- TOTAL TIME:
12.540.00 MIN.

VIDEO COVERAGE

E3 2019

6 - 17 GIUGNO 2019

YOUTUBE/SITO ANALYTICS - VIDEO

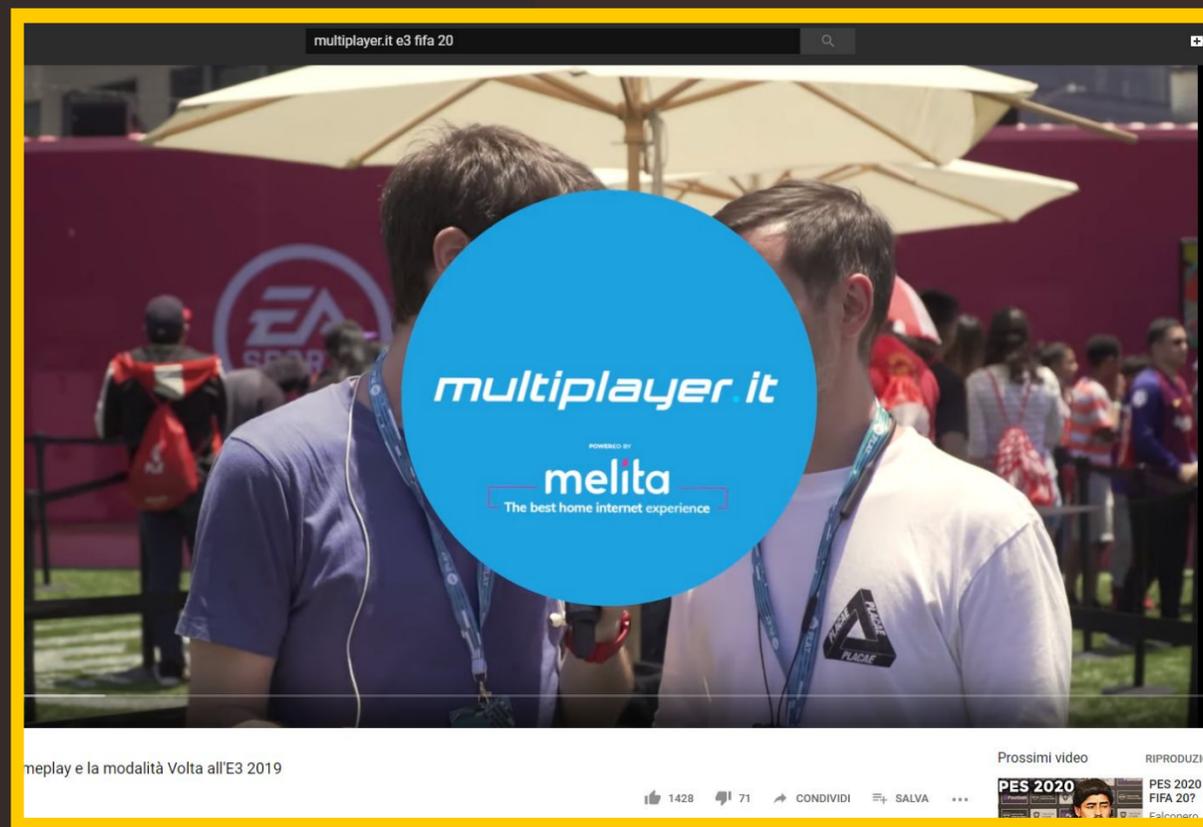
Multiplayer.it ha prodotto circa **130 video per il coverage** dedicato all'E3.

La pubblicazione è stata diluita in due settimane, dal 6 al 17 giugno.

La presentazione e il commento di FiFa20 è il video più visto (**68.000 visualizzazioni**) e con più interazioni, **circa 1600 sul canale Youtube.**

1
OF 100

Screen



- TOTAL VIEWS: **1.492.000**
 - YOUTUBE: **672.000**
 - WEBSITE: **820.000**
- AVG. TIME: **2:38 Min.**
- TOTAL TIME: **2.900.000 Min.**
- TOP DEVICE: **Phone 66%**

INSTAGRAM INSIGHTS - SOCIAL SUPPORT

TOTALS: **35.000+** REACH, **400+** LIKES, IMPRESSIONS **51000+**

1
OF

LINK



Multiple Frames

STORY STATS

- REACH: **6100**
- IMPRESSION: **6993**



DIVENTA ROBIN HOOD

Lucca Comics & Games 2018

ROBIN HOOD PER UN GIORNO

REACH SOCIAL: **1.000.000+** LETTURE ARTICOLI: **11.000+**

SITI COINVOLTI: Movieplayer.it - Multiplayer.it - Leganerd.com

ATTIVITÀ: Campo di tiro con l'arco live a Lucca Comics & Games per la promo del film Robin Hood

PARTNER: 01 Distribution / Lucca Comics & Games

Per la promozione del film **ROBIN HOOD - L'Origine della Leggenda**, abbiamo realizzato un **PIANO DI COMUNICAZIONE integrata** offline ed online volto a creare hype sull'uscita del film in sala.

Fulcro del progetto è stata la presenza alla manifestazione Lucca Comics & Games 2018 presso il Baluardo San Pietro, dove abbiamo ricostruito un campo di tiro con l'arco. I visitatori, sotto la guida della storica associazione Arcieri e Balestrieri di Lucca, sono diventati "Robin Hood per un giorno".

Uno speciale evento notturno ha annunciato il giorno di uscita del film ed una corposa campagna editoriale e social online hanno completato il progetto.

Sono state **INGAGGIATE IN LOCO OLTRE 2100 PERSONE**

INSTAGRAM REPORTAGE

GUARDA IL VIDEO





#NERDTRIP
PROGETTO SPECIALE
MILAN GAMES WEEK 2018

NERD TRIP @MGW2018

REACH SOCIAL: **420.000+** LETTURE ARTICOLI: **4.600+**

SITI COINVOLTI: Multiplayer.it - Leganerd.com

ATTIVITÀ: I redattori delle due testate insieme in un viaggio verso Milan Games Week 2018 con tantissime tappe nerd!

PARTNER: Milan Games Week

Per la **Milan Games Week 2018** abbiamo organizzato uno speciale Nerd Trip totalmente dedicato coinvolgendo i personaggi più seguiti delle due redazioni in target **Multiplayer.it** e **Leganerd.com**.

I redattori, alla guida di una spaziosa auto brandizzata per l'occasione, hanno girato mezza Italia, da Roma a Milano con tappe intermedie a Firenze e Bologna.

Ogni sosta ha previsto una speciale visita ad un punto di interesse nerd / geek / gaming come la mostra di Leonardo a Roma, Monteriggioni, il Museo Videoludico di Bologna, etc.

GUARDA IL VIDEO





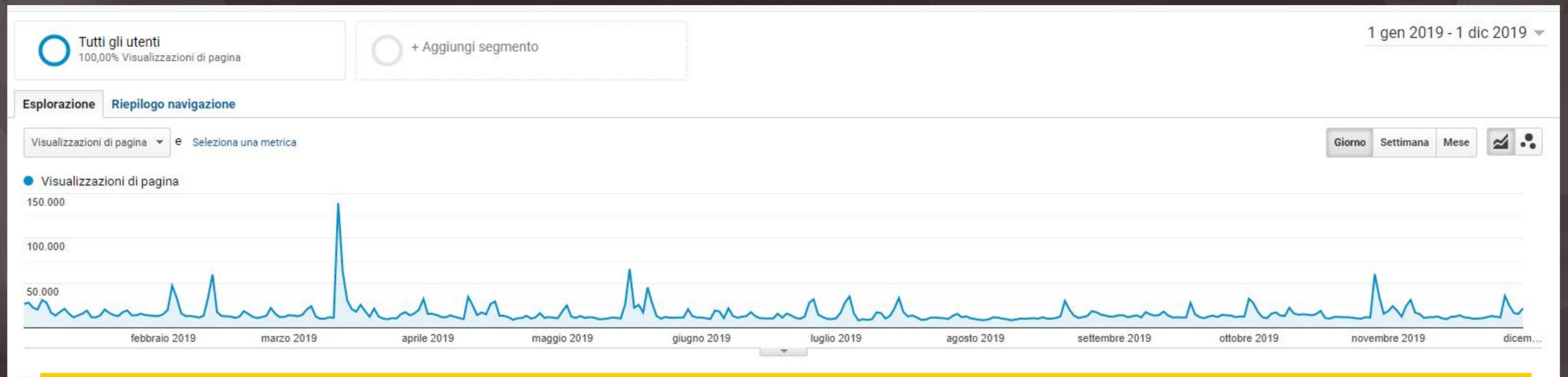
PlayStation

PROGETTO SPECIALE CONTINUATIVO

In progress (Mar. 2019 - Dic. 2019)

NATIVE & ARTICLES ANALYTICS

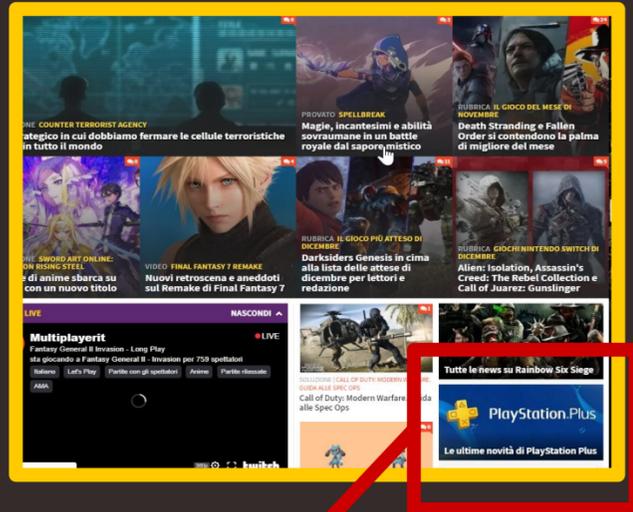
10 MESI DI PROGETTO CONTINUATIVO DEDICATO AI PRODOTTI DELLO STORE Sony Playstation per generare empatia ed engagement. **E' questo il focus di un'attività editoriale nativa** che include articoli, recensioni, video e speciali raccolti in una sezione (landing page) visibile in HP e perfettamente integrata con la vita del sito.



KEYWORD on url: /PlayStation/
VIEWS: 5,4 MIO **AVG. TIME: 1:09 min**

EDITORIAL HUB

<https://multiplayer.it/playstation-plus/>



BOX FISSO
IN HOME PAGE



VIEWS: **239.506** - AVG. TIME: **2:41 min**

TOTAL REPORT STATS

FOCUS ON: Sony PlayStation PLUS - STORE - VR - NOW

TIMING: from June to November 2019

- **1,585+ MIO** ARTICLES VIEWS
- **1,487+ MIO** SOCIAL REACH
- **257+ K** VIDEO VIEWS
- **157+ K** INTERACTIONS

SEO POSITIONING: **FIRST PAGE**

Tutti i contenuti sono elaborati in ottica SEO. La continuity e la qualità del prodotto editoriale, garantiscono sempre al brand la posizione tra i primi risultati della ricerca su Google. Oltre all'audience del sito, ogni contenuto viene amplificato sui social network. Grazie alle live sul suo canale Twitch inoltre, Multiplayer.it raggiunge la verticalità necessaria alla comunicazione di questo tipo di prodotto e di brand.

1
OF 70

LINK

PlayStation Plus, Detroit: Become Human sostituisce PES 2019: che è successo?

84

La line-up di luglio 2019 per gli abbonati a PlayStation Plus è stata cambiata all'ultimo momento, sostituendo l'annunciato PES 2019 con Detroit: Become Human. Cerchiamo di capire cos'è successo.

NOTIZIA di Tommaso Pugliese — 02/07/2019

PlayStation Plus ha riservato un'inaspettata sorpresa ai propri abbonati, cambiando in corsa il gioco principale per la line-up di luglio 2019 e sostituendo dunque il già annunciato **PES 2019** con **Detroit: Become Human**.

Si tratta in assoluto della prima volta che si verifica una **sostituzione** al volo, e se consideriamo che **PlayStation Plus** è stato lanciato oramai nove

Google playstation plus

Giochi mensili | PlayStation™Store ufficiale Italia
<https://store.playstation.com/it-it/grid/STORE-MSF75508-PLUSINSTANTGA...>
... (A-Z), Prezzo (da maggiore a minore), Prezzo (da minore a maggiore). 1-5 di 5
Detroit: Become Human Digital Deluxe Edition. Bundle PS4.
PlayStation®Plus · Conan Exiles · The Surge · The Witness

PlayStation Plus | PlayStation™Store ufficiale Italia
<https://store.playstation.com/it-it/grid/STORE-MSF75508-PLUSSCENE/1>
PlayStation Plus. Ordina per. Data di uscita (prima più recenti), Data di uscita (p
(Z-A), Titolo (A-Z), Prezzo (da maggiore a minore), Prezzo ...

Iscriviti o rinnova PS Plus | Scegli un abbonamento, avvia
<https://www.playstation.com/it-ch/explore/playstation-plus/join-ps-plus/>
Avvia la tua prova gratuita di 14 giorni o iscriviti subito a **PlayStation Plus** per ini
multigiocatore online di PS4, sconti esclusivi, giochi mensili e ...

PlayStation Store
<https://store.playstation.com/it-it/>
Giochi. PS4 · PS VR · **PS Plus** · PS Now · Compra giochi ... Sfoglia. Tutti i giochi
Promozioni e offerte · In arrivo · PlayStation VR · Solo per te.

Guida all'abbonamento a PlayStation Plus | Termini e condi
<https://www.playstation.com/it-it/legal/playstation-plus-membership-guide/>
PlayStation Plus è necessario per accedere al multigiocatore online di PS4. Inol
PlayStation Plus include giochi mensili per PS4 da ...

PlayStation Plus - Multiplayer.it
<https://multiplayer.it/playstation-plus/>
Konami, PES 2019 rimosso dai giochi **PlayStation Plus**? Sony ci ha sorpresi. Ho
sorpresa dalla rimozione di PES 2019 dai giochi dati agli ...

SEARCH

honor

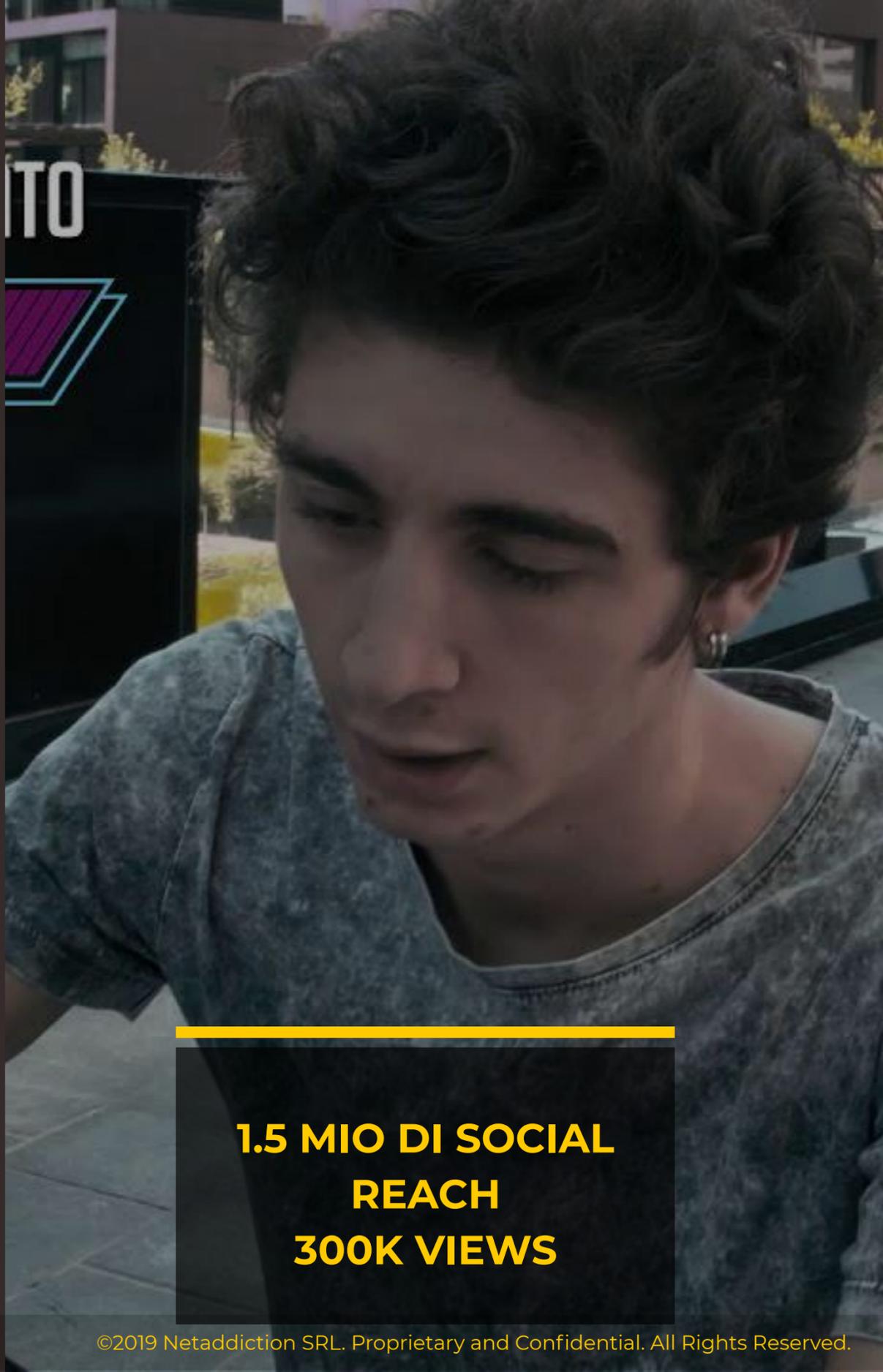
PROGETTO DI SOCIAL AMPLIFICATION

CONTENUTI

MULTIPLAYER.IT/NERDINSIDE

- 5 Clip esclusive in crossposting*
- 10 IG Stories (Le
- 4 Live community Events
- Social Coverage Instagram

*amplificazione dei video prodotti con i loro talent



**1.5 MIO DI SOCIAL
REACH
300K VIEWS**

ACTIVISION

CALL OF DUTY: MODERN WARFARE

BRANDED CONTENT E SPECIAL EVENT
maggio - novembre 2019

netaddiction

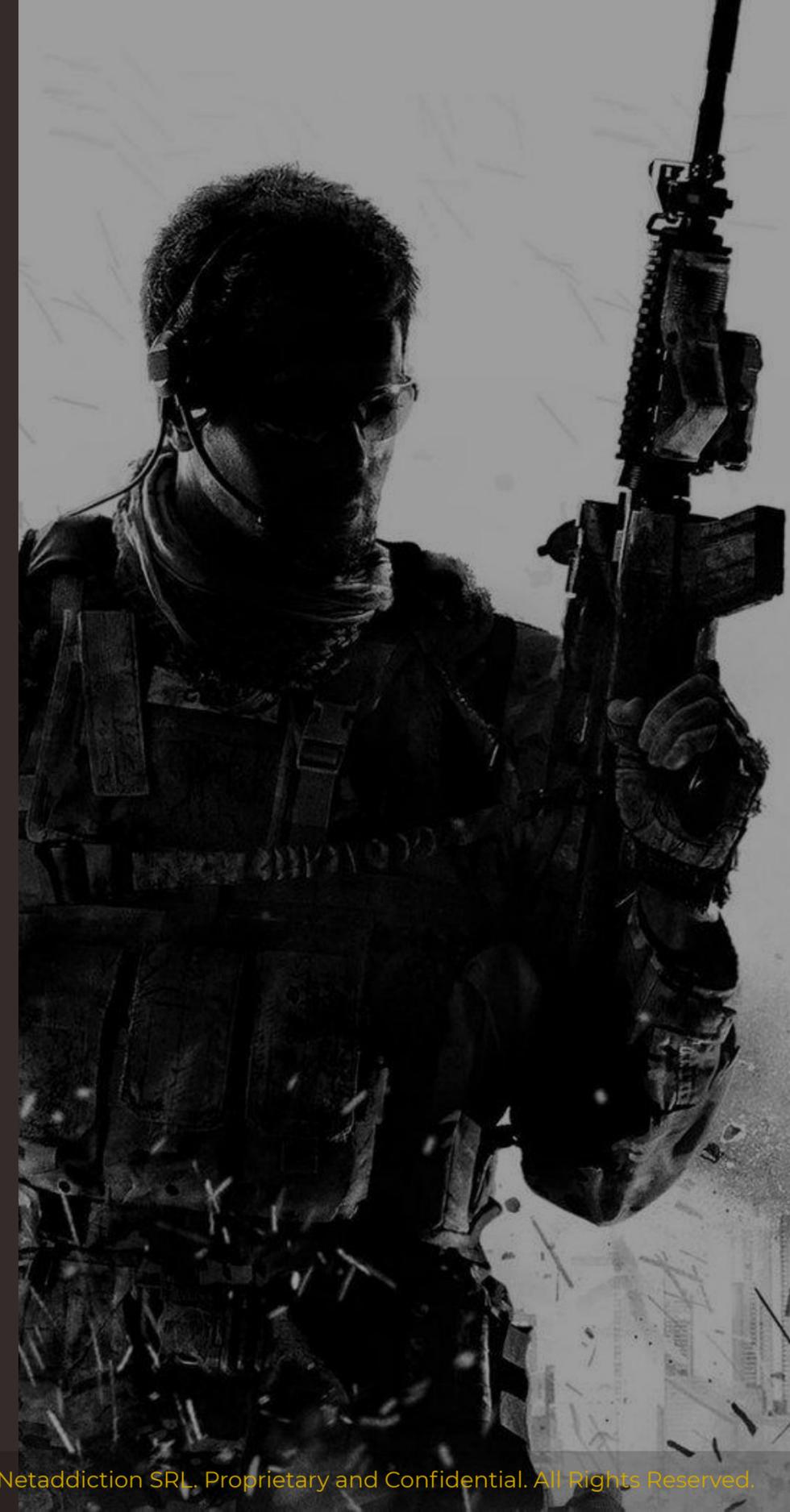
ORGANIC & SPONSORED CONTENT

ASPETTANDO IL DAY ONE, UN IMPRESSIONANTE COVERAGE EDITORIALE E SOCIAL

Per informare l'intera community e creare una fervida attesa sull'uscita del nuovo capitolo di **Call of Duty**, la redazione di **Multiplayer.it** ha prodotto in modo continuativo per oltre sei mesi **news, articoli, video** e **dirette live**.

Social amplification a supporto ed una speciale **attività offline** a Lucca Comics & Games hanno concluso questo progetto speciale che ha raggiunto delle numeriche davvero uniche.

In questo report è stata analizzata tutta la produzione editoriale dal mese di Maggio a Novembre 2019, con focus sia nei contenuti sponsorizzati che organici spontanei.



FOCUS

EDITORIAL CONTENTS

55

VIDEO

156

NEWS/ARTICLES

2.188.499

EDITORIAL VIEWS

source Internal & Google Analytics



MAIN REPORT STATS

FOCUS ON: Call of Duty Modern Warfare

TIMING: from May to November 2019

- **766+K** ARTICLES VIEWS
- **1,6+Mio** SOCIAL REACH
- **1,4+Mio** VIDEO VIEWS
- **174+K** INTERACTIONS



BEST CONTENT - THE REVIEW - GLOBAL KPI

“Call of Duty: Modern Warfare, la recensione”

The screenshot shows a content page for 'Call of Duty: Modern Warfare'. It features a main article titled 'Call of Duty: Modern Warfare, la recensione' by Matteo Santicchia, dated 25/10/2019. The article includes a video review and a video native post. The page also displays a product card for 'CALL OF DUTY: MODERN WARFARE PS4' with a 9.0 rating and a purchase link. A 'TI POTREBBE INTERESSARE' section lists related content, including 'Call of Duty: Modern Warfare, alcune armi squilibrate, presto un aggiornamento' and 'Call of Duty: Modern Warfare: Dr. Disrespect si infuria su Twitch per i problemi del gioco'.

ARTICLE

CLICK HERE

SOCIAL SHARING

CLICK HERE

VIDEO NATIVE POST

CLICK HERE

YOUTUBE VIDEO

CLICK HERE

A special mixed content with a written preview article, a video review and a video native post

VIEWS: 105.576 - REACH: 159.971 - INTERACTIONS: 16.780

FOCUS - LUCCA COMICS & GAMES

TWITCH LIVE CONTENTS

La redazione di Multiplayer.it gioca in live a Call of Duty: Modern Warfare contro la redazione di Everyeye.it

19+

HOURS of LIVE
VIDEO

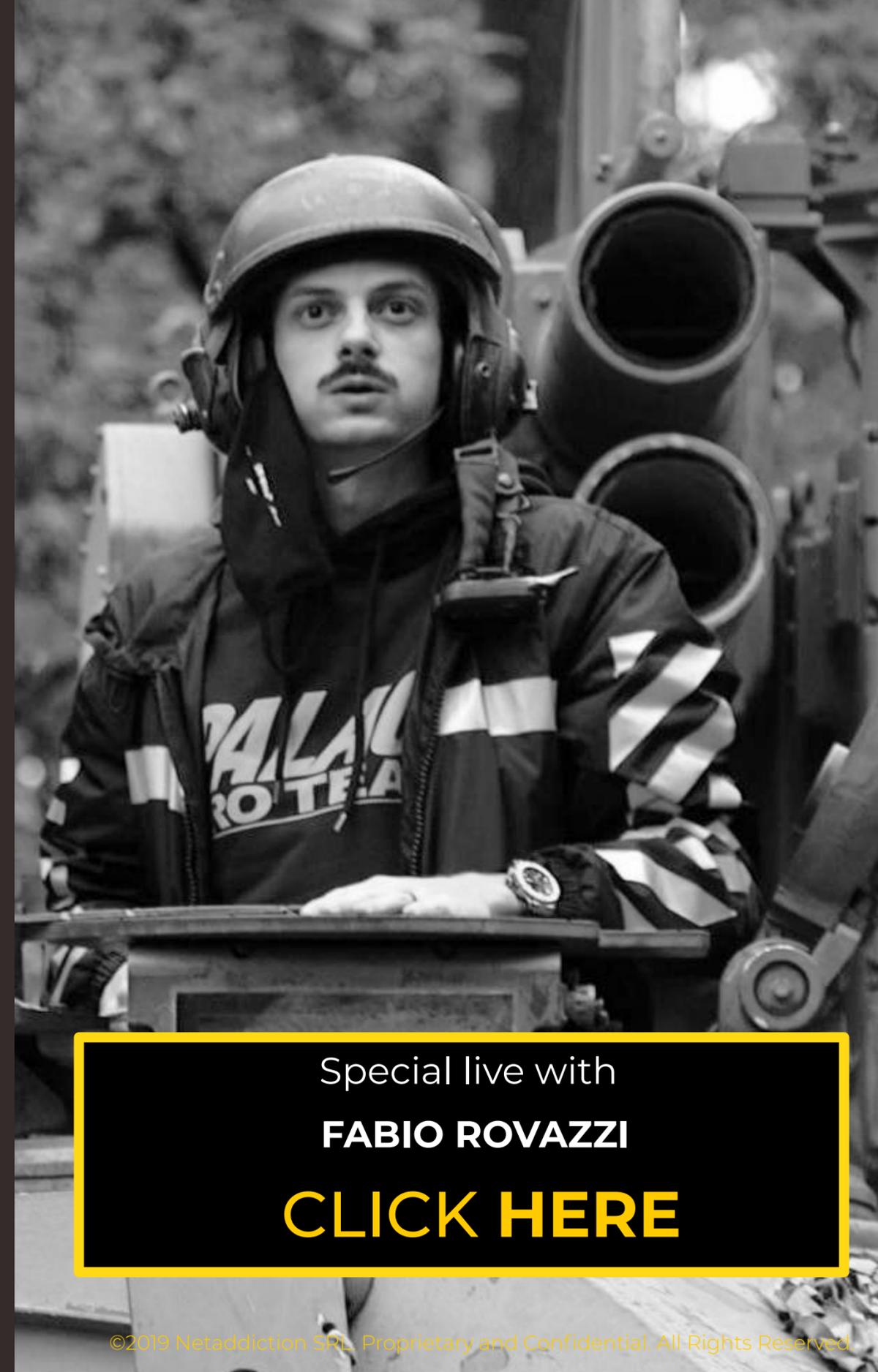
12K

INTERACTIONS

647.295

VIDEO VIEWS

source Twitch



Special live with
FABIO ROVAZZI

CLICK HERE

BLIZZCON 2019

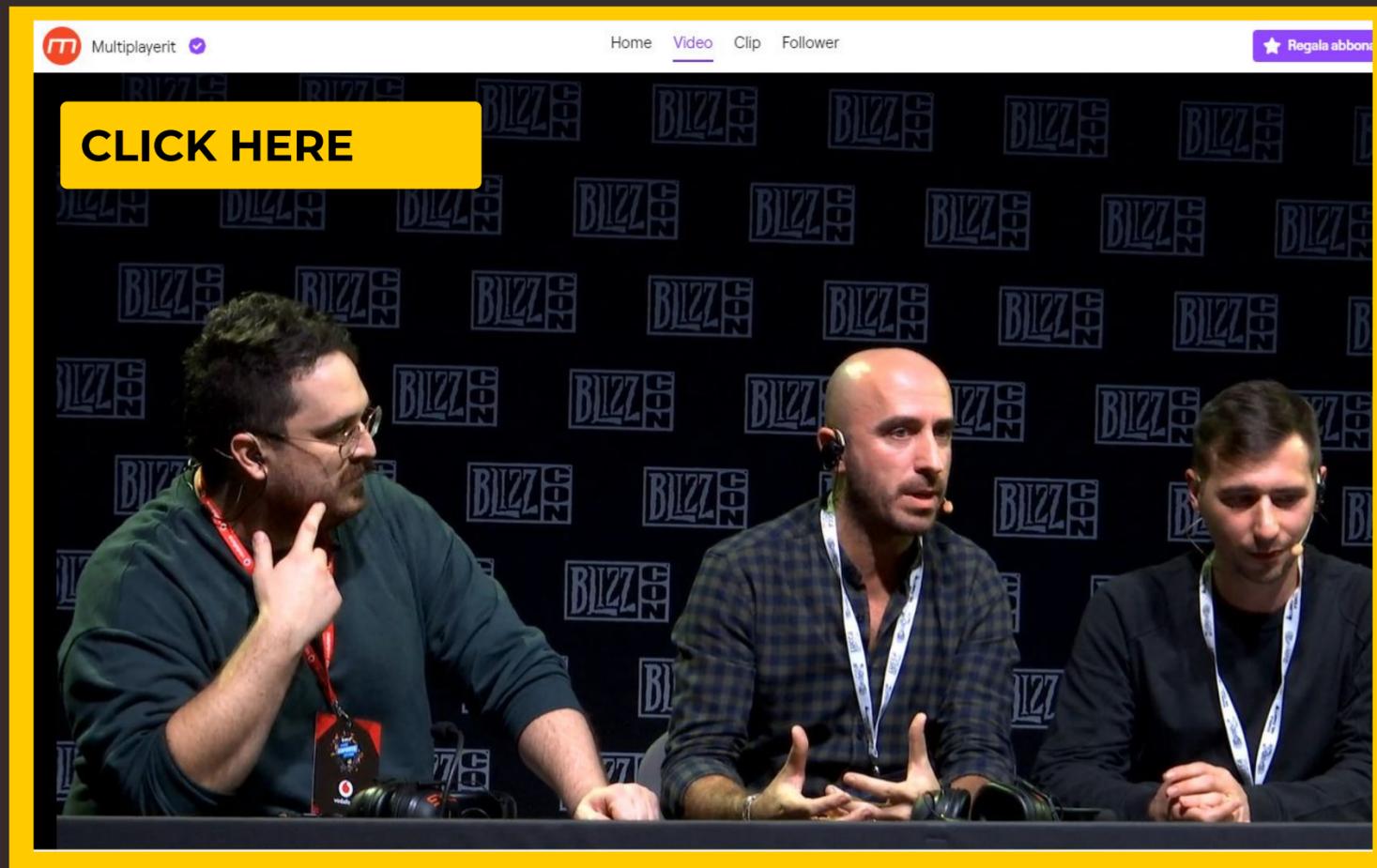
LIVE from
Lucca Comics & Games

SPECIAL TWITCH LIVE

FROM LUCCA COMICS & GAMES

BlizzCon 2019 - Keynote commentato in italiano

(Pierpaolo Greco - Umberto Moioli)



VIEWS: **31.007**
INTERACTIONS: **1.063**

COVERAGE

FOCUS ON: Blizzcon 2019

TIMING: October - November 2019

ORGANIC SOCIAL & EDITORIAL CONTENTS

- **138K+** ARTICLES VIEWS
- **264K+** SOCIAL REACH
- **137K+** VIDEO VIEWS
- **17K+** INTERACTIONS

[CLICK HERE](#) FOR THE
DETAILED REPORT
IN EXCEL FORMAT

IL NETWORK

CIRCUITO

CIRCUITO

FOOD & TASTE

L'OFFERTA

L'offerta food di Netaddiction punta sulla qualità e sul posizionamento della testata di riferimento, **Dissapore.com** e su una rete di micro-influencer e food coach attentamente selezionati che fanno capo a iFood distribuiti su tutto il territorio nazionale. L'esperienza dell'editore ha portato a sviluppare anche in questo segmento un'offerta completa per i brand, che spazia dal service e produzione di contenuti video e testo (ricette) a piani social mirati, a progetti di branded content strutturati online/offline

Driver

Punti di forza

Dissapore.com

INDICIZZAZIONE
AUTOREVOLEZZA
AUDIENCE DI QUALITÀ

iFood

CONTATTO CON IL TERRITORIO
PROFESSIONALITÀ
FLESSIBILITÀ

Pancake di mais, la ricetta

Home > Ricette > Antipasti > Pancake di mais, la ricetta

di IFOOD 27 Maggio 2019



CONDIVIDI SU FACEBOOK

I pancake di mais sono una variante tutta salata ad un grande classico americano, i pancake. Tutti conoscono i pancake, le famosissime frittelle americane che di solito vengono servite per la colazione, irrorate da cascate di sciroppo d'acero...ma mentre la versione dolce ormai sta prendendo piede anche qua in Italia, i pancake salati rimangono ancora un po' nell'ombra. Eppure sono tanto semplici da realizzare quanto

**1 Ricetta in media su
Dissapore.com raggiunge
55.000 letture**

Google Analytics marzo 2019

EXTRA FOCUS - LO SCENARIO

Target	Totale individui
Level	Brand & Channel
Top X ranking	Top 100
Device	All devices
Application	Include Application
Adult	Include adult sites
Category	Home & Fashion [Food & Cooking]
Level	
Total	Total
Brand	Giallozafferano.it
Brand	McDonald's
Channel	Donna Moderna TAL - mis
Brand	Agrodolce.it
Brand	Just Eat
Brand	Kinder
Channel	Pianeta Donna Cucina - C
Brand	Ferrero
Channel	Fanpage Cucina
Brand	Cucchiaio d'argento
Channel	Sale&Pepe
Brand	Mulino Bianco
Brand	La Cucina Italiana
Brand	Dissapore

DISSAPORE è tra i primi 10 brand "Food & Cooking" in Italia nel ranking di AUDIWEB
Marzo 2019



L'indice dei consumi fuori casa cresce dal 2015 (Indagine FIPE 2018).
DISSAPORE è tra i primi siti italiani per numero di recensioni di ristoranti e esercenti.



Si cucina sempre meno, soprattutto a cena e ricette della tradizione:
DISSAPORE ha integrato la linea editoriale con ricette e video-ricette semplici e veloci

SPACCATO SOCIO-DEMO



57%

DEI LETTORI HA TRA I 25 E I 44 ANNI



62%

DEI LETTORI E' DONNA



9%

SVILUPPA CONVERSIONI
NEI SETTORI: TRAVEL,
HOTEL, ACCOMODATION E
RISTORAZIONE

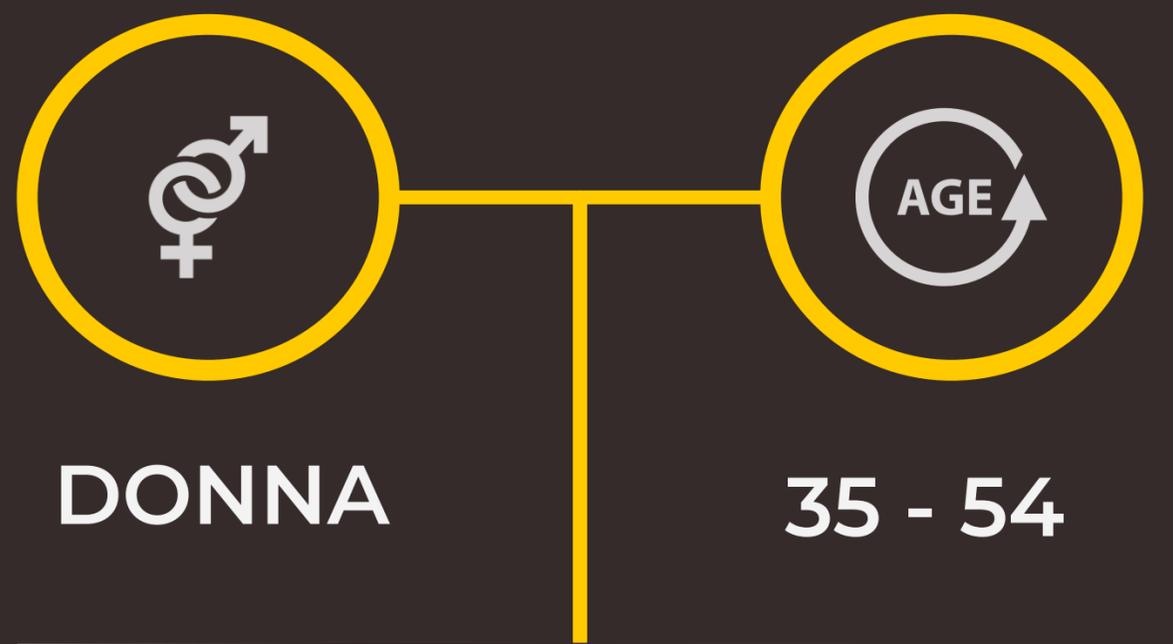


13%

DEI LETTORI DONNA HA
INTERESSE IN:
RICETTE, CUCINA ITALIANA
E MEDITERRANEA, FOOD &
DRINK E NEWS

Fonte: Google Analytics ANNO 2018 / 2019

CLUSTER DI LETTORI PER ETÀ (Aggregato)



2.4 Mio

TOTAL AUDIENCE SITO

Fonte: **GOOGLE ANALYTICS - AUDIWEB**
ANNO 2018



352.000

FAN ATTIVI SULLE FANPAGE NEGLI
ULTIMI 30 GG.

Fonte: **FACEBOOK AUDIENCE INSIGHTS**

iFood - OVERVIEW

iFood rappresenta una sintesi perfetta tra agenzia di comunicazione e realtà editoriale

Dopo circa 4 anni di esperienza maturata su progetti fondati sull'attività di micro blogging, influencer e creator in target food, viaggi e lifestyle, oggi è una rete di contatti attiva in tutta Italia, in grado di costruire progetti su misura per le più disparate esigenze dei brand.

È lo strumento offline di Dissapore.com, idoneo per attività di comunicazione sul territorio o per eventi ad alto tasso di ingaggio.

INTERESSI DEL PUBBLICO DI RIFERIMENTO:

Alta Cucina / Aspiranti Chef / Critica Gastronomica / Enologia / Turismo Enogastronomico / Food-Market



150+ Food Blogger



1 MIO Social Fan



51% 20-39
25% 40-49
13% 50-60+



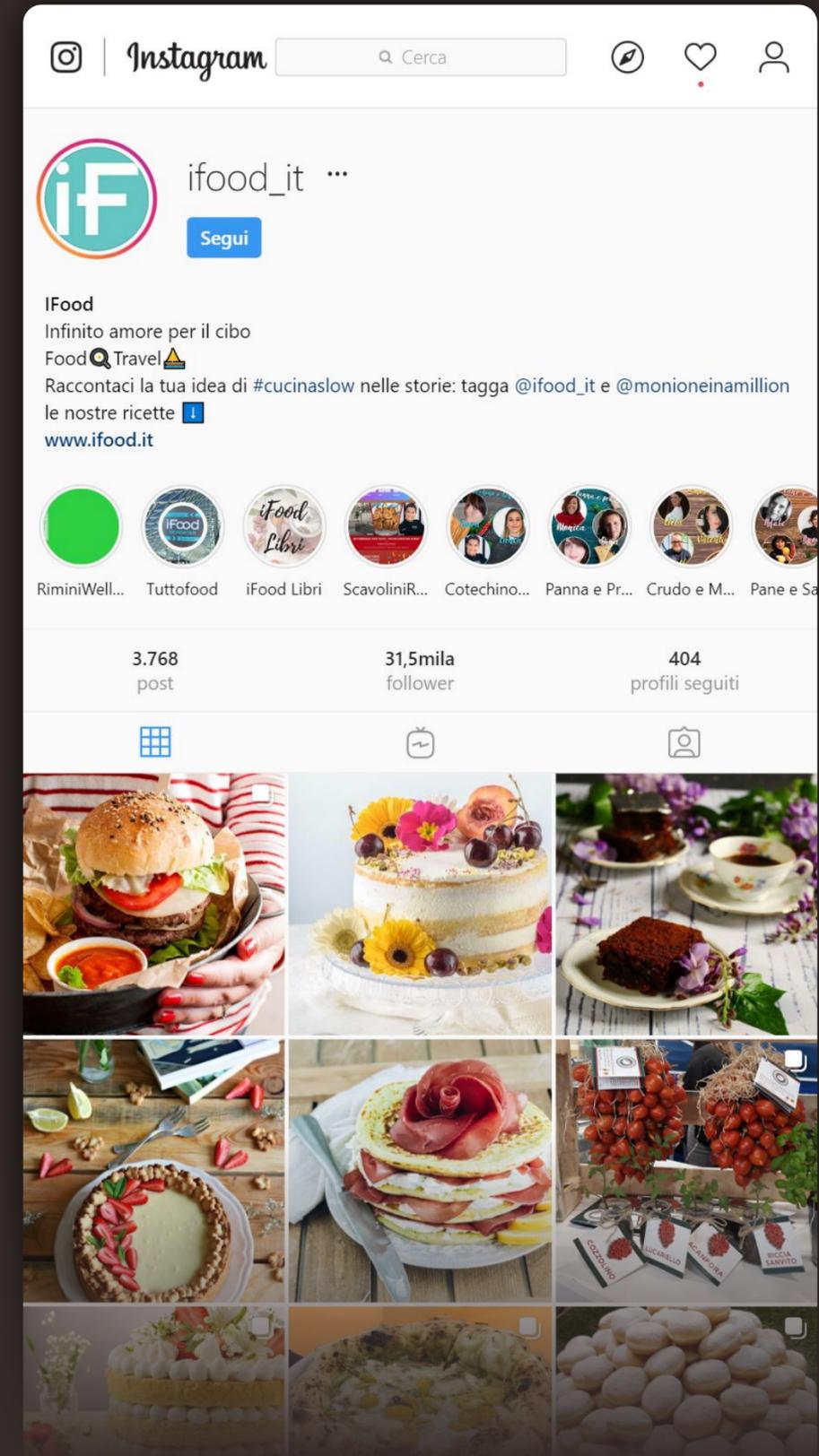
21% Lombardia
14% Campania
10% Emilia



90% Blogger Donna
10% Blogger Uomini



84% Possiede 1 animale domestico

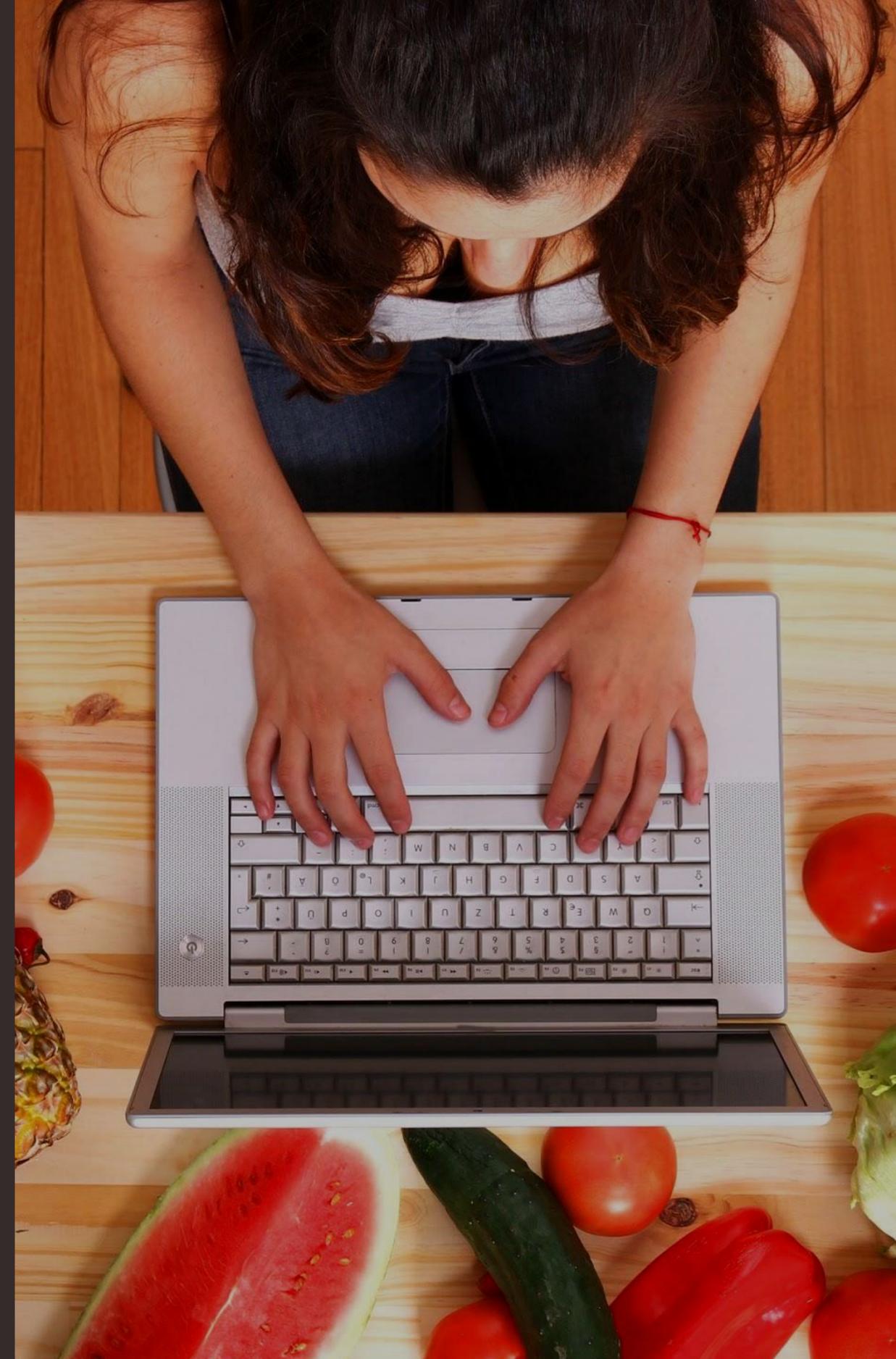


BLOGGING E COACHING

I blogger di iFood sono amalgamati, menti distinte, limpidi, chiari, ingarbugliati come le maglie di una frusta per dolci, sottili e affilati come un coltello giapponese.

Sono **autori autentici** della loro passione, scrivendo ricette, lunghi racconti di vita, viaggi, tradizioni, scattando foto e postandole sul blog o sui propri social.

Stiamo parlando di una rete di contatti, con un'età media di 35 anni: sono loro i protagonisti che, con i loro blog, hanno dato il via ad **iFood.it**, rappresentando un gruppo eterogeneo per età, provenienza, professioni ed interessi, ma con la stessa passione comune per il cibo e per la buona cucina 2.0.



iFood Coach



VALENTINA CAPPIELLO

Pastry blogger e cake designer

LA RICETTA CHE VALE



GIULIA GOLINO

COOK, EAT, LOVE

Trentenne, metà emiliana e metà ligure, si divide tra fornelli e social. Il suo motto? "Fate l'amore, non fate la dieta!"



MARCO DE PADOVA

Rari i food blogger uomini, Marco incarna il milanese single amante del buon cibo e delle reazioni che è in grado di generare



FRANCESCA PACE

Napoletana verace, mamma di due bimbi, una passione per la fotografia food e i social a 360°.



SERVICE EVENTI FOOD

NetAddiction è in grado di supportare eventi e manifestazioni con un portfolio di servizi, volti a far conoscere i punti di forza, le aziende espositrici ed il territorio che ospita fiere ed eventi gastronomici. Nello specifico:

- **MEDIA PARTNERSHIP** Dissapore.com partner media ufficiale dell'evento per raccontarne i contenuti attraverso articoli, news ed approfondimenti.
- **VIDEO STORYTELLING** Focus editoriali in pillole video on demand di 2 minuti a diffusione digital (sito e social).
- **SOCIAL AMPLIFICATION** per far conoscere un evento ed i suoi contenuti ad un pubblico estremamente targhettizzato e geolocalizzato.
- **iFOOD SOCIAL REPORTER** Ingaggio e coordinamento delle migliori food blogger, inviate speciali per un racconto diretto ed esperienziale pre, live e post evento.
- **SERVICE FOOD BLOGGER / AMBASSADOR** Consulenza e fornitura di foodblogger professioniste in grado di presenziare lo stand del cliente e farsi portavoce del prodotto / attività.
- **AREA FOOD LIVE SHOW** Ideazione e coordinamento chiavi in mano di aree contenutistiche con show cooking, lab e workshop di cucina.
- **PANEL & FOCUS** Supervisione contenutistica e moderazione di tavole rotonde e panel b2b e b2c.



IFOOD IN LIBRERIA

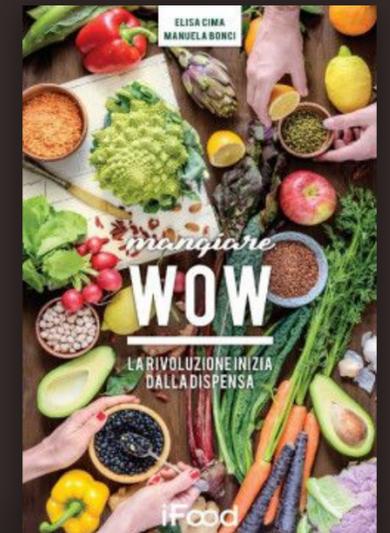
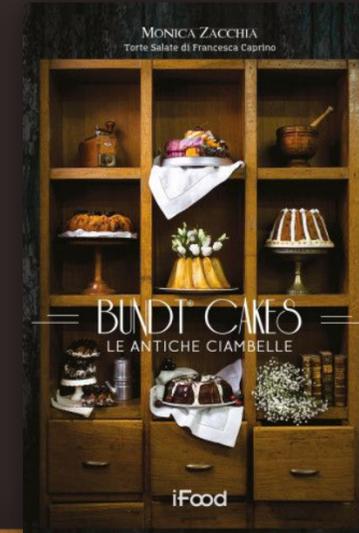
UNA COLLANA CHE HA VENDUTO OLTRE 30.000 COPIE DAL 2016 AD OGGI

iFood è anche una collana di libri cartacei distribuiti su tutto il territorio nazionale.

Attraverso i libri i blogger si raccontano, condividendo con il lettore esperienze culinarie e di vita sintetizzate nell'utilizzo di ingredienti genuini, nella cura della fotografia e in volumi di straordinaria bellezza.

Oggi la collana conta 12 libri e due novità usciranno nell'anno in corso.

[VISITA LO SHOP ONLINE](#)



DISSAPORE - OVERVIEW

Dissapore.com è un web magazine, importante punto di riferimento per il consumatore moderno che vuole tenersi aggiornato sui trend dell'alta gastronomia. Il sito si rivolge ad un'audience che vuole sapere dove e cosa mangiare in città e come acquistare al supermercato. E' un caso editoriale *sui generis*, poiché si rivolge ad un pubblico eterogeneo, fatto di appassionati e di addetti ai lavori. Prima dissacrante, **oggi autorevole**, Dissapore si sta affermando come guida al gusto moderno, in tutte le sue forme grazie ad un team di food editor che ne hanno sposato la filosofia

INTERESSI DEL PUBBLICO DI RIFERIMENTO:

Alta Cucina / Aspiranti Chef / Critica Gastronomica / Enologia / Turismo Enogastronomico / Food-Market

2.400.000
UTENTI UNICI

6.000.000
PAGINE VISTE

0:50
TEMPO MED.

105.000
FOLLOWER



32% UOMINI
68% DONNE



36% DIPLOMA
64% LAUREA



28% MANAGER
22% RISTORAZIONE



20% 25 - 34
21% 35- 44
19% 45- 54



52% NORD
20% CENTRO
28% SUD



49% MAX 27K
41% 27K - 54K
10% MIN 54K



FOOD EDITOR



CHIARA CAVALLERIS

Responsabile editoriale, è la principale esperta di birre della redazione.



ALESSANDRO TREZZI

E' il "Nerd della Pizza" che per lui significa: ricerca, studio, consapevolezza e rigore.



CATERINA VIANELLO

Veneziana, appassionata di viaggi gastronomici, cioccolato e formaggi.



NUNZIA CLEMENTE

Si occupa di cibo: export, writing & more. Dalla Campania, atipica: mi piacciono le montagne, i canederli, poi pure la pizza, il ragù, le sfogliatelle ricce



FOOD EXPERT



FIGRELLA BREGLIA

CUCINO PER AMORE

Chef, insegnante di cucina artistica e food blogger



LUCA PEREGO

LUCAKE

Giovanissimo pasticcere di professione e food blogger per passione.



ROCCO BUFFONE

Professore di chimica, in cucina ama sperimentare. Si è affermato come food influencer,



DENISE DELLI

Chef e docente di cucina. Ex Masterchef.



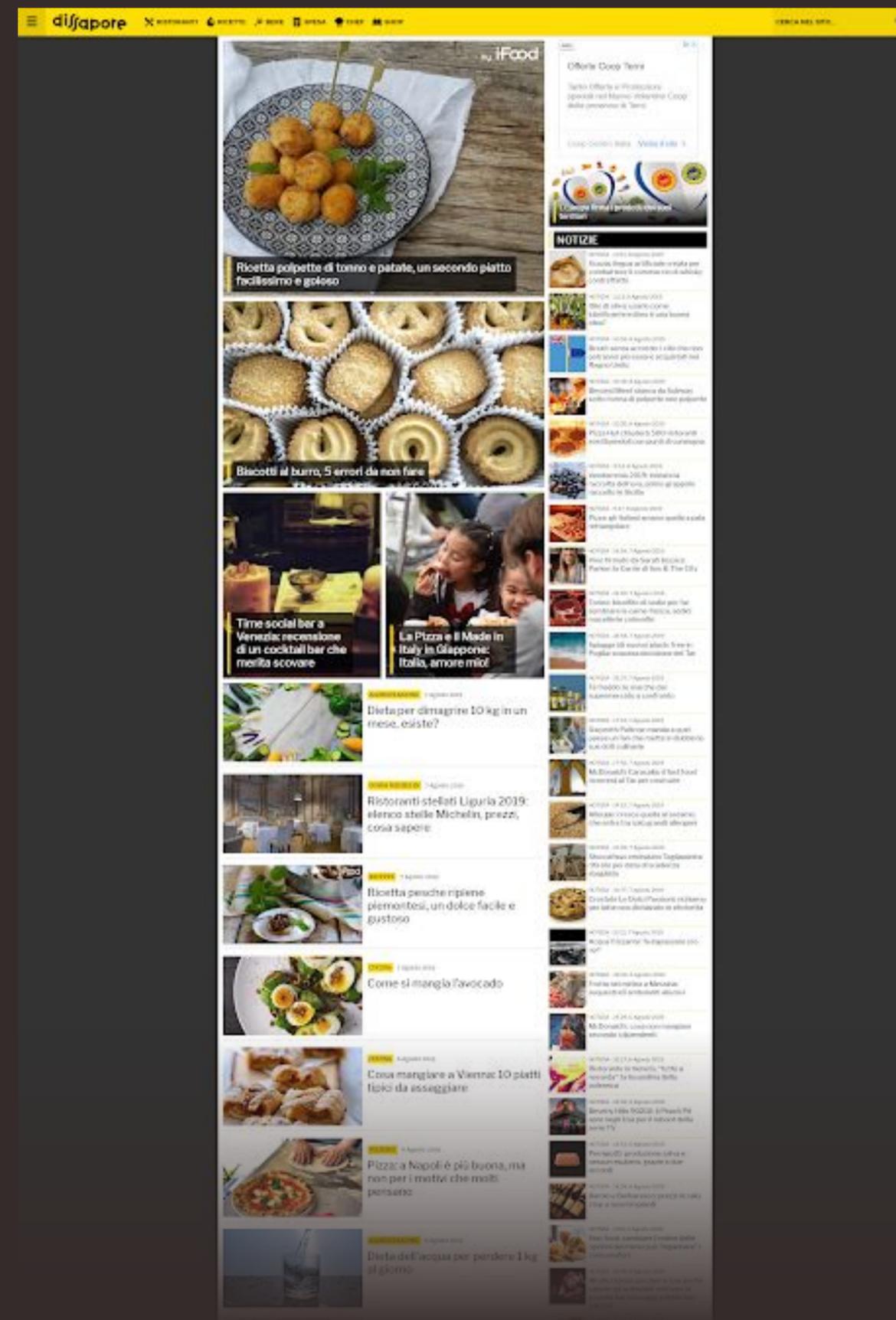
STRUTTURA EDITORIALE

Dopo il restyling della home page e il rinnovo della struttura editoriale, nel primo semestre 2019, Dissapore è cresciuto sul primo semestre del 2018, del **30% per UTENTI UNICI** e del **25% per PAGINE VISTE**.

Il sito oggi conta su un team di persone impiegate a valutare l'appetibilità editoriale, gli aspetti SEO dei contenuti, la qualità delle video produzioni e della strategia social

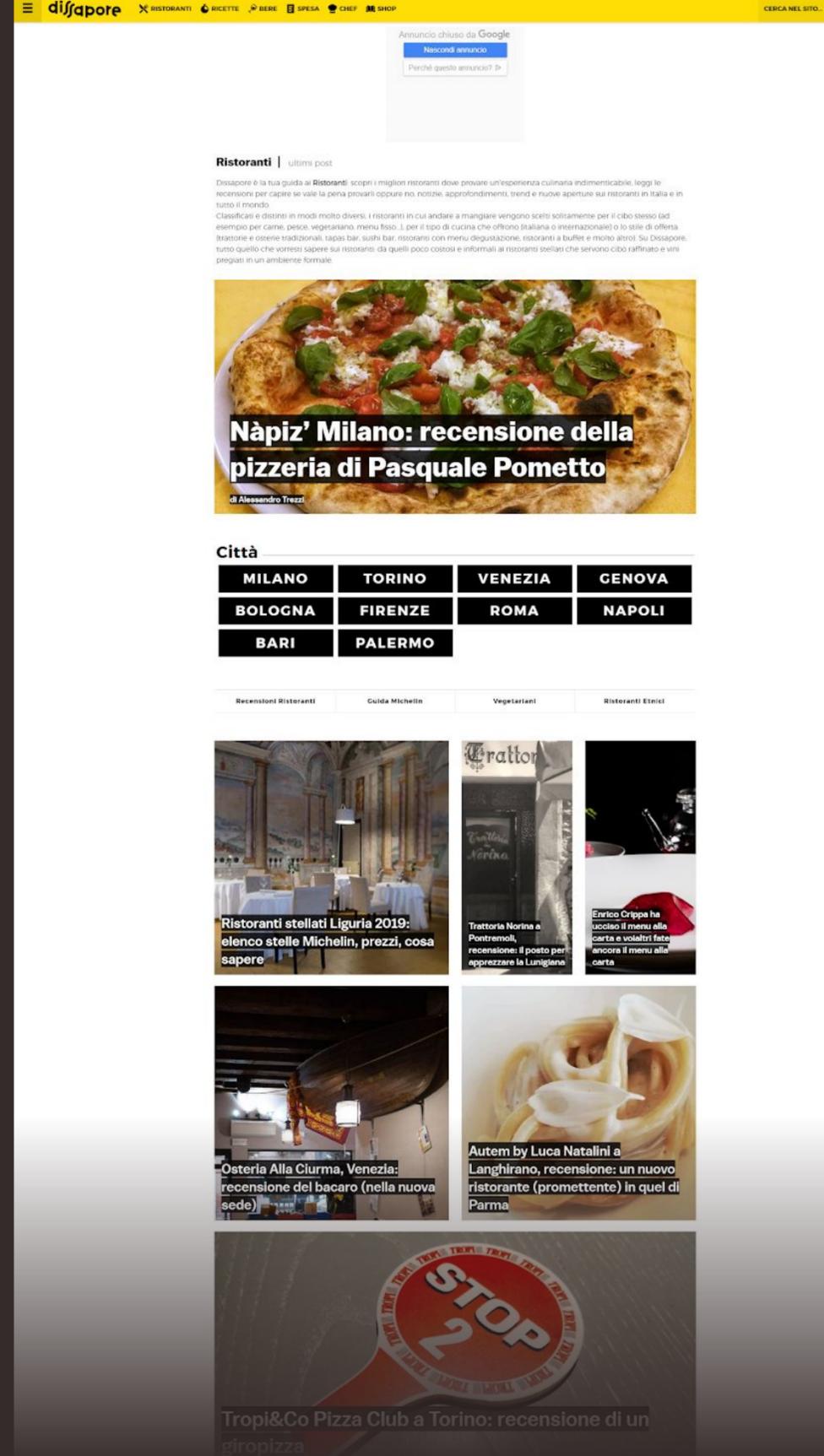
I CONTENUTI quantità e qualità.

- **NEWS (5 - 8 al giorno sull'attualità):** pillole di colore legate all'attualità
- **APPROFONDIMENTI:** articoli legati a mini inchieste su prodotti di largo consumo, indirizzate a generare cultura di prodotto: panificazione, spirits, barbecue, gelato e
- **RECENSIONI:** segnalazione e approfondimenti dei locali emergenti, delle novità gastronomiche o semplicemente di esercenti eccellenti da raccontare
- **RICETTE E VIDEORICETTE** 2 al giorno, elaborate dai food blogger di iFood
- **SCUOLA DI CUCINA:** approfondimenti su temi "evergreen" del mondo del food. i 5 errori da non fare, gli strumenti da utilizzare. Sono best of del sito.



LA GUIDA

- **RISTORANTI** - è la tua guida ai Ristoranti: scopri i migliori ristoranti dove provare un'esperienza culinaria indimenticabile, leggi le recensioni per capire se vale la pena provarli oppure no, notizie, approfondimenti, trend e nuove aperture sui ristoranti in Italia e in tutto il mondo.
- **RICETTE** - Tutte le ricette di cucina di Dissapore: dagli antipasti ai dolci, primi e secondi piatti di carne, di pesce e vegetariani / vegani, passando per preparazioni di pasta, pizza e pane, scopri le migliori ricette divise per categoria.
- **BERE** - Curiosità, approfondimenti e ricette per l'home made suddivise in sottosezioni dedicate a tutto il beverage. Dal vino, alla birra ai cocktail, anche questa sezione è impostata per dare un servizio al lettore sulle etichette migliori in circolazione, sui prezzi e sul "colore" legato a questo mondo
- **SPESA** - Prove comparative, test prodotto e approfondimenti sui beni di largo consumo distribuiti in GDO. Dal pane all'acqua in bottiglia Dissapore consiglia...
- **CHEF** - Tutto su chef, osti, ristoratori con news, articoli, approfondimenti e interviste sui migliori chef italiani e internazionali: le mille facce di questa professione nella ristorazione qui tra le pagine di Dissapore.



OFFERTA COMMERCIALE

La caratteristica principale dell'offerta del circuito food sta nella capacità di **generare progetti taylor made** a supporto della comunicazione di prodotto dei brand.

Per questo motivo la formula del **native** e del **video branded content** che scansiona il racconto e la brand value di un prodotto sono i driver fondamentali delle collaborazioni del sito.

Cosa proponiamo:

- **Video ricette e foto ricette** con product placement
- **Video reportage in esterna** (aziende, ristoranti, produttori)
- **Articoli di approfondimento** su locali (ristoranti, bar, pasticcerie)
- **Pacchetti personalizzati** e brandizzati per la comunicazione social
- **Test di prodotto** a supporto della strategia social sfruttando micro influencer e community/gruppi in target su Facebook.
- Personalizzazione della **Gourmap**
- Video coverage durante eventi, conferenze stampa e talk.



DA OGGI
SUNDAE
A SOLO 1€



GOURMAP MILANO

1 Brutti di Mare



Ha aperto da poco, auto-candidandosi a diventare il tempio milanese del mollusco. Sì, perché qui c'è solo l'imbarazzo della scelta tra i "brutti" di mare, in primis le cozze, ma anche vongole, fasolari, ostriche.

Piazzale A. Cantore 3 - Milano - Tel. 0744.2462112

[RECENSIONE](#) [SITO WEB](#) [COME RAGGIUNGERLO](#)

2 Lovster



Acquario Civico
Parco Sempione
Castello Sforzesco
Teatro
Museo Nazionale della Scienza e della...
Basilica di S...
CARRO
Via Ausonio

SAMPLE - VIDEO COVERAGE

LINK



LINK



LINK

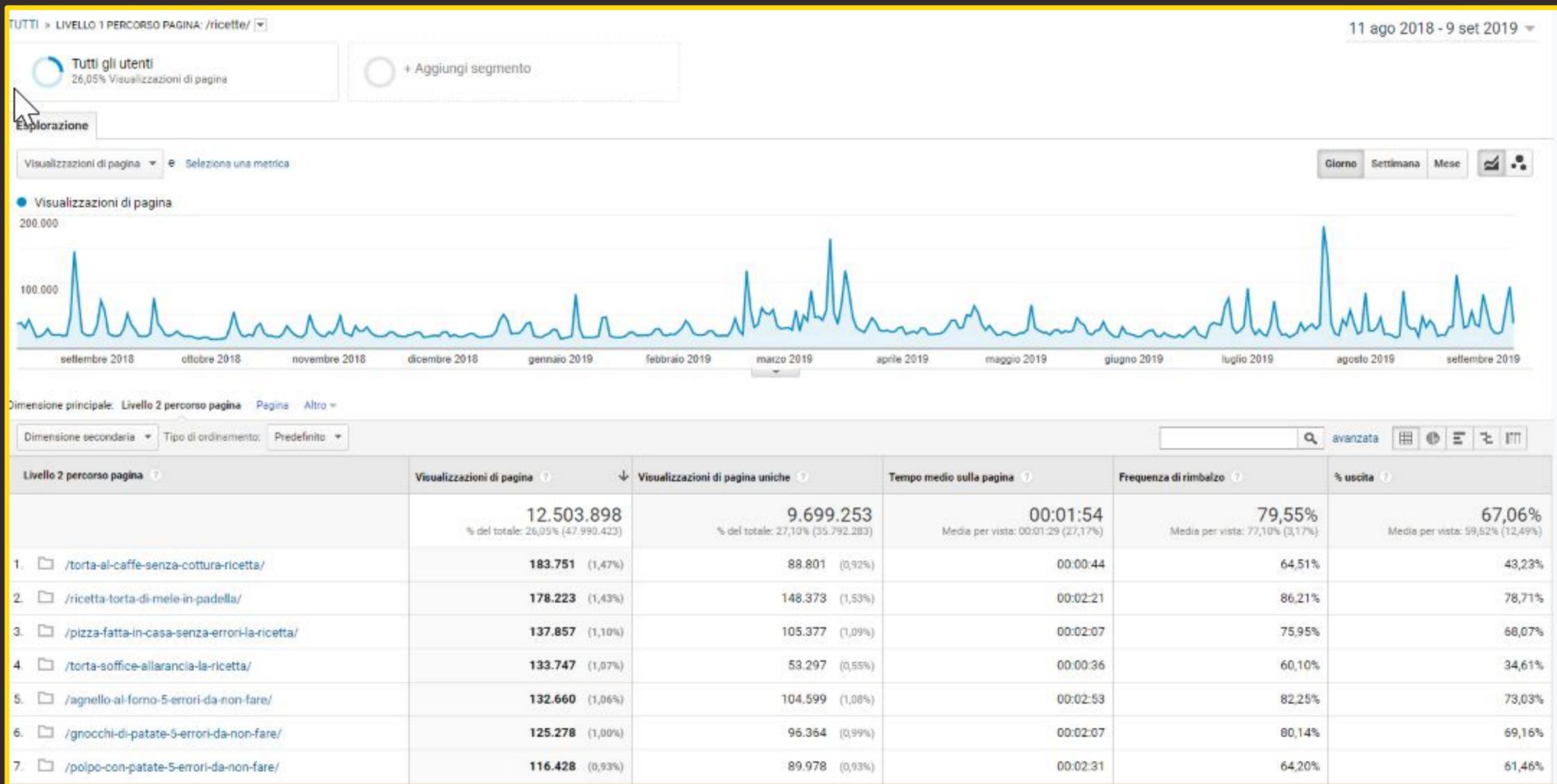


LINK



FOCUS - LE RICETTE BY iFood

A seguito di una ristrutturazione interna, Netaddiction ha integrato la redazione di iFood con quella di Dissapore, rimpolpando l'offerta e il servizio offerto ai lettori di **ricette e video ricette quotidiane**. Nell'ultimo anno la media delle letture di una ricetta supera le **100.000 letture e gode sul motore di ricerca, della posizione sempre in prima pagina**.



- TOTAL VIEWS: **12.503 Mio**
- AVG. TIME: **1:54 Min.**

*GOOGLE ANALYTICS AGO 2018 - SETT. 2019

TOP CONTENT

Torta al caffè senza cottura, la ricetta

Home > Ricette > Ricette Dolci > Torta al caffè senza cottura, la ricetta

di IFOOD 12 Marzo 2019



CONDIVIDI SU FACEBOOK ↗

La **torta al caffè senza cottura**, è un dolce cremoso e goloso che ricorda vagante quel gelato servito in una coppa marrone tanto famoso e tanto caro ai “*nonni*”. La base è croccante e burrosa grazie alla presenza dei biscotti e la farcia è ricca e golosa.

Leggi anche

Ricetta pepe tonno, un secondo piatto anche freddo

Ricetta polpettone secondo piatto

Ricetta pescadillo dolce facile e veloce

Ricetta peperoncino secondo piatto

Ricetta sangria iconico spagnolo

SAMPLE LINK

Panettoni artigianali: i 30 migliori tradizionali del 2018

Panettoni artigianali: i 30 migliori “tradizionali” del 2018. La classifica dei dolci di Natale classici, a perdere secondo Dissapore

Home > Spesa > Prodotti > Panettoni artigianali: i 30 migliori tradizionali del 2018

di MARA PETTIGNANO 5 Dicembre 2018

29



CONDIVIDI SU FACEBOOK ↗

Attenzione. La classifica dei **migliori panettoni artigianali tradizionali** è tornata. Dopo l'accidentata edizione del 2017, con

Leggi anche

Bitto DOP vs Storico Ribelle finisce per boicottare un lib

Acqua minerale naturale: guida all'acquisto e Prova d'assaggio

Mercato del Capo a Palermo: a perdere

Gelati senza glutine, i migliori. Prova d'assaggio

Gelati Algida, novità 2019: prova boccianti

d Dissapore 157.794 "Mi piace"

SAMPLE LINK

190.000 TOTAL VIEWS 1:50 AVG. TIME

89.000 TOTAL VIEWS 1:25 AVG. TIME

*GOOGLE ANALYTICS DIC 2018 - SETT. 2019

FOCUS: LA GOURMAP

UN SERVIZIO AUTOREVOLE A DISPOSIZIONE DEL LETTORE

La Gourmap è, a tutti gli effetti, un articolo. **Un nuovo prodotto editoriale, una** guida tematica interattiva che segnala i migliori locali delle più importanti città italiane, selezionati e testati dagli esperti della redazione di Dissapore.

Gelaterie, pizzerie, panetterie, pasticcerie, ristoranti, birrerie ed enoteche: la Gourmap è una soluzione veloce per trovare le informazioni essenziali in grado di soddisfare in poco tempo una qualsiasi esigenza gastronomica.

Le città toccate nel 2019

Milano, Roma, Torino, Napoli, Firenze, Venezia, Bologna, Palermo, Pisa

Struttura Base:

Nome del locale

Descrizione dell'offerta food e peculiarità

Punti forti del locale

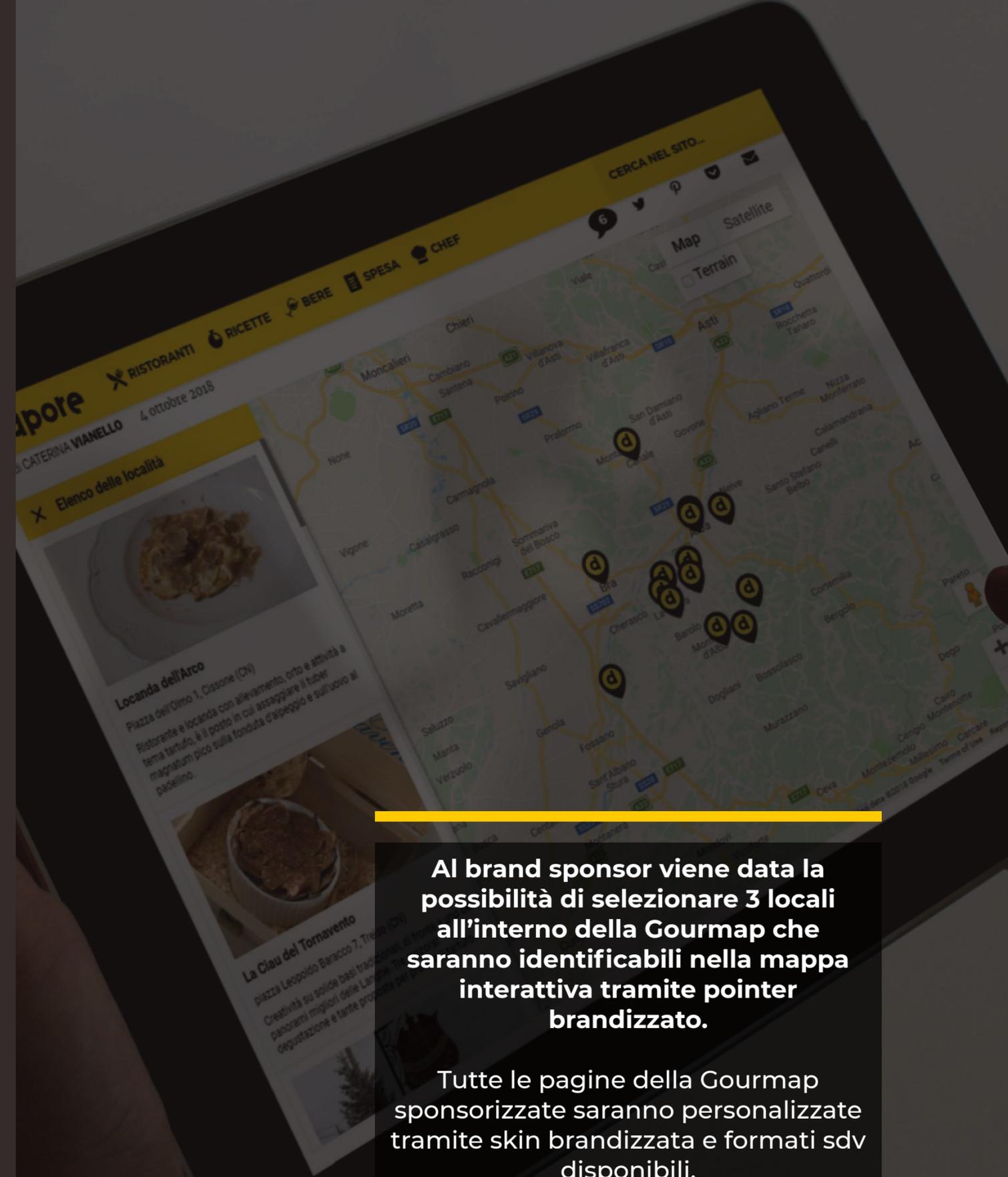
Prezzo

Indirizzo del locale

Orari del locale

Struttura 2.0:

una versione "evoluta" che prevede, oltre al pacchetto "base" anche le recensioni* singole di tutti i locali con possibilità di inserimento di video.



Al brand sponsor viene data la possibilità di selezionare 3 locali all'interno della Gourmap che saranno identificabili nella mappa interattiva tramite pointer brandizzato.

Tutte le pagine della Gourmap sponsorizzate saranno personalizzate tramite skin brandizzata e formati sdv disponibili.

LA GOURMAP TOP CONTENT

UNO STRUMENTO INNOVATIVO CHE CONSENTE DI POSIZIONARE IL BRAND IN MODO NON INVASIVO, ANZI
E' UN SERVIZIO PER IL LETTORE UTILE E IMMEDIATO

Milano: le 13 migliori pizzerie in città e provincia

Classifica delle migliori 13 pizzerie di Milano e provincia secondo Dissapore, in una mappa con prezzi, ma soprattutto, completa di tutte le nostre recensioni.

[Home](#) > [Ristoranti](#) > [Recensioni Ristoranti](#) > Milano: le 13 migliori pizzerie in città e provincia

di ALESSANDRO TREZZI 30 Agosto 2019

X Gourmap



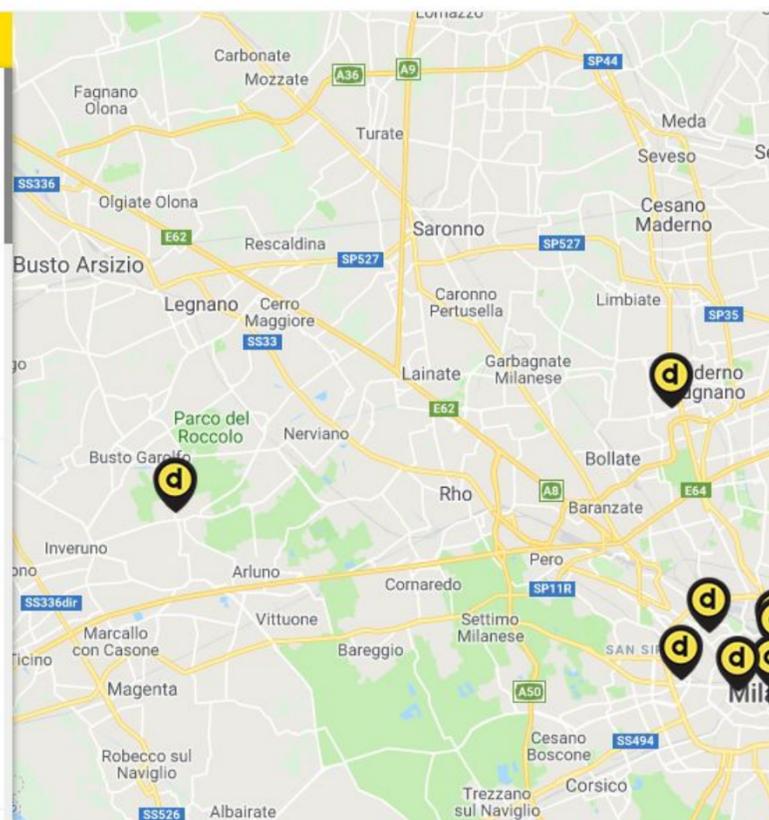
Pizzottella

Il giovane pizzaiolo di Roma Jacopo Mercurio propone la pizza romana tonda e in teglia, in entrambe le versioni leggerissima e ben farcita.



Pizzeria P

Tra le migliori espressioni del canotto in Italia, con un impasto leggerissimo e farciture ricercate, a Lissone, in provincia di Milano.



SAMPLE LINK

Granite a Palermo: le migliori del 2019

Le migliori granite di Palermo del 2019. Mappa delle gelaterie e dei bar (rigorosamente pr fanno la granita più buona in città, con indirizzi, foto, gusti consigliati.

[Home](#) > [Locali](#) > [Gelaterie](#) > Granite a Palermo: le migliori del 2019

di ALESSIA ROTOLO 10 Agosto 2019

X Gourmap



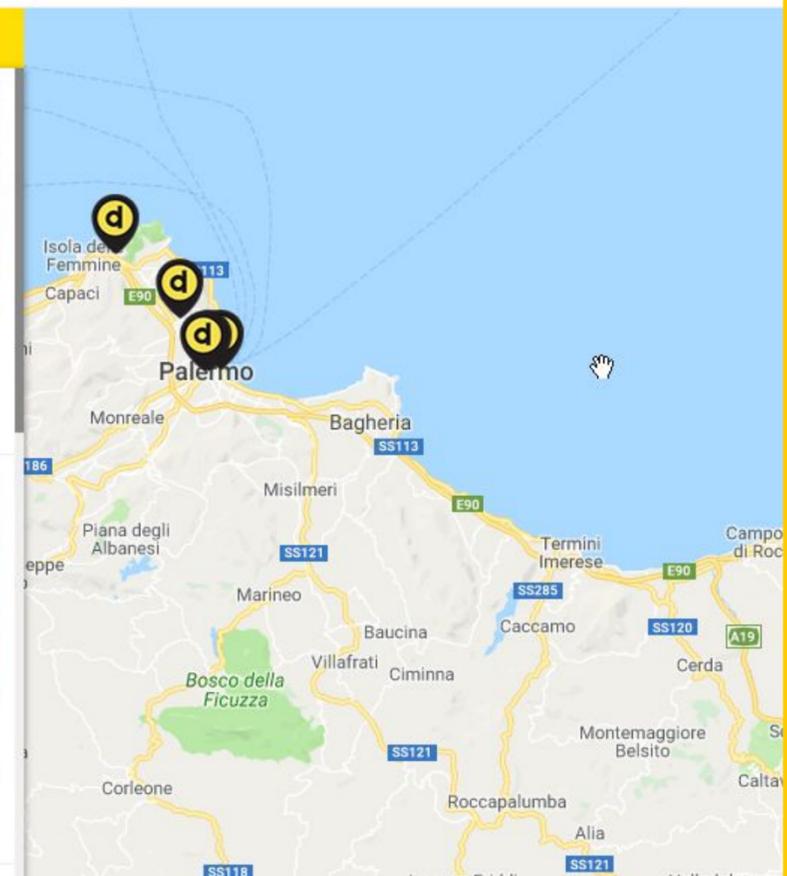
Bar Lombardo

Oasi dalla calura palermitana, questo baretto di Petralia Soprana, sulle Madonie, è una chicca per le granite. Provate quella al limone.



Ideal Caffè Stagnitta

Storica torrefazione palermitana, Stagnitta è diventata, di recente, anche un bar con produzione di gelati e granite. I gusti al caffè sono ovviamente la loro specialità.



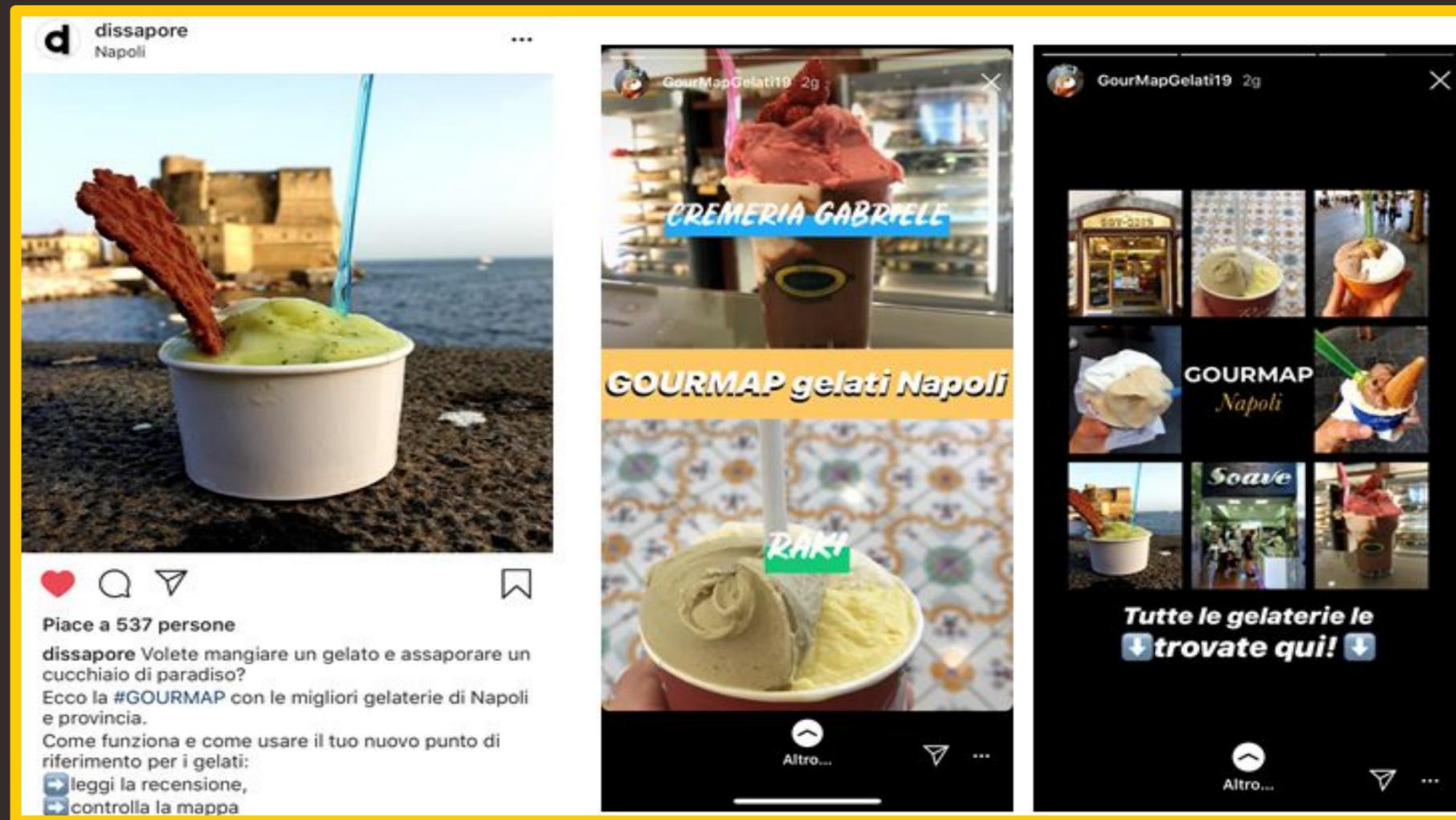
SAMPLE LINK

60.000 TOTAL VIEWS 2:50 AVG. TIME

20.000 TOTAL VIEWS 1:50 AVG. TIME

INSTAGRAM - VISUAL STORYTELLING

La pubblicazione di ogni Gourmap è accompagnata da una intensa attività di racconto social che evidenzia gli aspetti più accattivanti dei luoghi dove mangiare (**il food porn acchiappa click!**)



Multiple Frames

STORY STATS

PUNTO DI FORZA: INDICIZZAZIONE

La recensione di Dissapore è posizionata sulla prima pagina del motore di ricerca appena dopo il sito ufficiale, il sito di Lavazza e TripAdvisor

SAMPLE
LINK

Condividere: com'è mangiare nel ristorante più divertente di Torino

Home > Ristoranti > Recensioni Ristoranti > Condividere: com'è mangiare nel ristorante più divertente di Torino

di DISSAPORE DISSAPORE 19 Dicembre 2018



Condividere raccontato da Federico Zanasi

[CONDIVIDI SU FACEBOOK](#)

In collaborazione con **Lavazza**.

Condividere, il risultato della collisione creativa tra Lavazza e Ferran Adrià in un'area di circa 500 metri quadri, con 45/60 coperti all'interno della **Nuvola** di Torino, nuovo quartier generale dell'azienda famosa nel mondo per il caffè, ha

Leggi anche

- Pasticceria Lauri a Napoli: una sfogliatella Halal
- Nàpiz' Milano: recensione di Pasquale Pometto
- Trattoria Norina a Pontremone: recensione: il posto per aperitivo Lunigiana
- Osteria Alla Ciurma, Venezia: recensione del bacaro (nella sede)
- Autem by Luca Natalini a Lodi: recensione: un nuovo ristorante (promettente) in quel di P...

Dissapore
157.794 "Mi piace"

SEARCH
ON
GOOGLE

Google Cerca

Tutti Immagini Notizie Shopping Video Altro Impostazioni Strumenti

Circa 133.000 risultati (0,40 secondi)

Macchina in comodato d'uso | Lav.A.zza® Professional | Ifshop.it
[Annuncio](#) [www.ifshop.it/Lavazza®/Professional](#) 800 034 590
In comodato Gratuito, per te 36 capsule omaggio + coupon 10% di sconto sul primo ordine! Assistenza Kasko con sostituzione della macchina guasta per un numero illimitato di volte. Senza Impegno. Accessori Omaggio. Ricevila Domani. Kit 36 capsule Firma.
L.avAzza® InovY Mini - 47,80 € - con kit 180 Capsule - Altro

Piano di abbonamento
Seleziona un piano di abbonamento
Assistenza Prioritaria

Offerta Lav A zza €0
Per Aziende e privati
Macchina + kit 180 capsule €40,63

Condividere - sapori, storia italiana, creatività
<https://www.condividere.com/>
A Torino, c'è un ristorante dove l'alta gastronomia è divertimento da Condividere.

Il nuovo ristorante Condividere: l'alta cucina si fa informale - Lavazza
<https://www.lavazza.it/.../il-nuovo-ristorante-condividere-l-alta-cucina-si-fa-informale...>
9 giu 2018 - Guidato dallo chef modenese Federico Zanasi, ha aperto a Torino - nella Nuvola Lavazza - Condividere, che mette in tavola un'esperienza ...

CONDIVIDERE, Torino - Ristorante Recensioni, Numero di Telefono ...
<https://www.tripadvisor.it> > ... > Provincia di Torino > Torino > Ristoranti: Torino
★★★★ Valutazione: 4,5 - 141 recensioni - Gamma di prezzi: €€€€(Average Price Range Based on Appetizer, Entree & Dessert - Beverages Not Included)
Condividere, Torino: su TripAdvisor trovi 141 recensioni imparziali su Condividere ... Condividere porta il cambiamento al classico ristorante. Nuvola Lavazza.

Condividere by Lavazza a Torino: menu e prezzi | Dissapore
<https://www.dissapore.com/ristoranti/torino-condividere-by-lavazza-menu-prezzi/>
11 giu 2018 - Condividere: com'è, cosa si mangia e come, quanto si spende nel nuovo ristorante aperto da Lavazza a torino insieme a Ferran Adrià.

Condividere, il ristorante gourmet nella nuova sede della Lavazza a ...
<https://www.ilgolosario.it/assaggi-e-news/ristoranti/torino-condividere>
26 nov 2018 - Fuor di ogni metafora Condividere, ristorante gourmet della nuova sede della Lavazza (via Bologna, 20/A Torino - tel. 0110897651), la ...

condividere - Prenotazioni - Prenota-web
<https://secure.prenota-web.it/condividere/>
Per gruppi superiori alle 6 persone contattare direttamente il ristorante tramite e-mail all'indirizzo ...

CONDIVIDERE “COME IN UNA NUVOLA” SPONSORSHIP GOURMAP TORINO

CLIENTE: **LAVAZZA**

PROPERTIES COINVOLTE: **DISSAPORE**

Per Lavazza, che da anni si posiziona nell’ambito della ristorazione d’eccellenza, abbiamo costruito un percorso di 18 ristoranti gourmet nella città di Torino per rimarcare il forte legame del brand non solo col mondo del fine dining ma anche con la propria città di appartenenza.

Il progetto ha incluso non solo la personalizzazione della gourmap dei migliori ristoranti di Torino del 2018, ma anche un’attività di video reportage e di approfondimenti legati all’offerta del ristorante **CONDIVIDERE** e in generale al nuovo quartier generale **LAVAZZA**, la **NUVOLA**

- TPT. VIEWS: **65.000**
- AVG. TIME: **2:10 min.**
- SOCIAL REACH: **50.000**
- FACEBOOK INTERACTIONS: **1.500**

RICETTE  BERE  SPESA  CHEF  SHOP

Torino: 18 ristoranti senza rivali nel 2018

I 18 ristoranti migliori di Torino nel 2018. Consultate la mappa del capoluogo piemontese per andare a sicuro

[Home](#) > [Ristoranti](#) > Torino: 18 ristoranti senza rivali nel 2018

di CHIARA **CAVALLERIS** 22 Dicembre 2018



X Gourmap



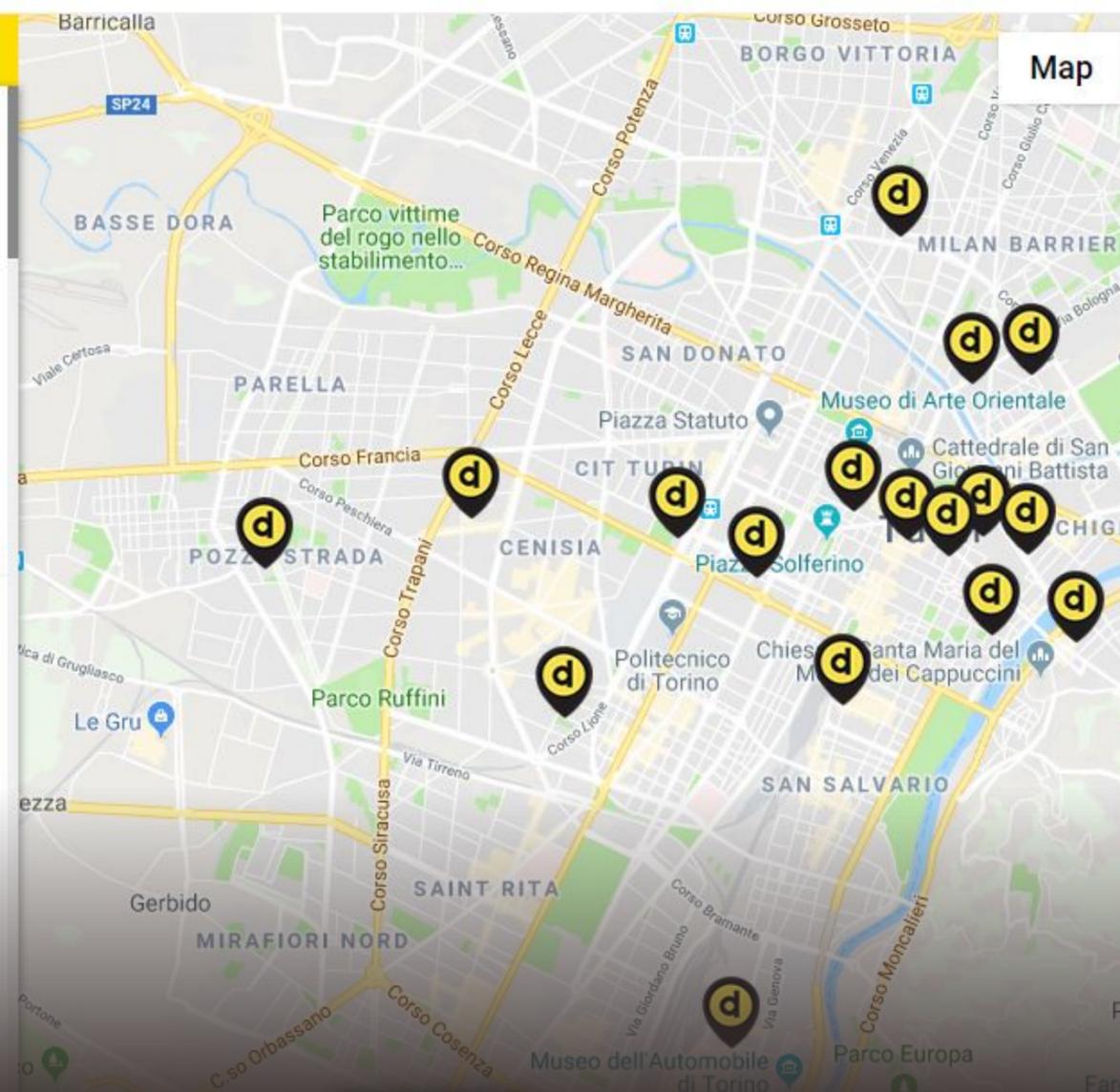
Edit Restaurant

Bellissimo spazio polifunzionale dove convivono un pub con birrificio, una caffetteria, un cocktail bar e un ristorante. I piatti portano le firme di Pietro Leemann, Renato Bosco e dei Costardi Bros.



La Limonaia

Cucina contemporanea improntata su essenze, erbe aromatiche e fermentazioni, in un angolo molto romantico di Torino, con tavoli in giardino.



LINK

IL VINO E DISSAPORE

Una lunga storia di ...amore

Dissapore ha sempre trattato il tema del vino, molto prima che diventasse una moda.

Da sempre associato all'alta ristorazione e ad un mondo "stellato", il pubblico e il lettore di riferimento del sito ha seguito sempre con molto interesse gli articoli, le news e gli approfondimenti dedicati **nella sezione "BERE" "VINO"**, la seconda con più letture in assoluto nella storia di Dissapore. Questo perchè la testata ha sempre trattato l'argomento con schiettezza e mai reverenza, come un qualsiasi altro **bene di largo consumo, ma con più storia da raccontare.**

ESEMPIO recente è il boom di accessi sia sul sito che sui social dell'articolo dedicato alle **"Buchette del vino a Firenze"**. In poche ore, 9 Mila letture e un buzz intenso sui social.

VEDI SLIDE SUCCESSIVA



FACEBOOK - PUSHING POST

Ogni articolo e contenuto editoriale di Dissapore viene inserito in un piano editoriale social, che può determinare il raggiungimento di alcuni target che vengono

1
OF X

LINK

Dissapore
Pubblicato da Alessia Mariani [?] · 5 luglio alle ore 11:04 · 🌐

Le tradizioni quelle belle 🍷

DISSAPORE.COM
A Firenze hanno riaperto una delle storiche buchette del vino: cosa sono | Dissapore

307.873
Persone raggiunte

44.100
Interazioni

1926

Commenti: 259 Condivisioni: 3265

Metti in evidenza il post

POST STATS

- REACH: **301.000**
- LIKES: **1.926**
- CLICKS + SHARE: **44.100**

FOCUS: LA PIZZA E DISSAPORE

TOTAL: 215.000+ VIEWS - AVG. TIME 2:40 min*

SAMPLE
LINK

Pizza fatta in casa: 5 errori che facciamo spesso

Home > Grande Notizia > Pizza fatta in casa: 5 errori che facciamo spesso

di FRANCESCA ROMANA MEZZADRI 4 Febbraio 2015



[CONDIVIDI SU FACEBOOK](#)

Una cosa è abbastanza chiara: fare in casa una pizza come quella della pizzeria napoletana, o della pizza al taglio, non è affatto facile. Questo, nonostante la buona volontà, l'attenta scelta

Leggi anche

- Pan di Spagna: come fare la Diplomatica in casa
- Le 10 risse più grottesche di cibo
- Meteore in cucina: se non bucce dell'aglio siete out
- A spreco zero: 6 incredibili recuperi

Il web vuole comprare pasta ma il pastificio non ne sa niente

Dissapore
157.637 "Mi piace"

Google pizza fatta in casa

Circa 11.700.000 risultati (0,37 secondi)

Video

- PIZZA IN TEGLIA ALTA E SOFFICE DI BENEDETTA - Ricetta Facile ...
- Pizza fatta in casa, tutti i segreti per averla fragrante e sottile - Ricette ...
- Pizza fatta in casa la ricetta facile e veloce per l'impasto

Ricetta Pasta per la pizza - La Ricetta di GialloZafferano

Pizza fatta in casa: buona come in pizzeria! - Ricetta pizza

Impasto per la pizza ricetta base | Cookaround

Pizza fatta in casa - Ricette di cucina Il Cuore in Pentola

PIZZA IN TEGLIA ALTA E SOFFICE | Fatto in casa da Benedetta

Pizza fatta in casa senza errori: la ricetta - Dissapore

Una ricetta facile per fare la pizza in casa - La Cucina Italiana

Le persone hanno chiesto anche

- Quanto deve cuocere una pizza in un forno elettrico?
- Come fare la pizza in casa ingredienti?
- Quanto deve cuocere la pizza in teglia?
- Quanto tempo deve lievitare l'impasto per la pizza?

Immagini relative a pizza fatta in casa

SEARCH
ON
GOOGLE

*GOOGLE ANALYTICS 2018-2019

FOCUS: LA PIZZA E DISSAPORE

TOTAL: **75.000+** VIEWS - AVG. TIME **2:10 min***

SAMPLE
LINK

Abbiamo mangiato la pizza di Cracco (c ringrazia tutti per la pubblicità gratis)

Milano: abbiamo provato la pizza di Cracco in Galleria che ha diviso l'Italia

Home > Ristoranti > Abbiamo mangiato la pizza di Cracco (che ringrazia tutti per la pubblicit...

di CHIARA CAVALLERIS 13 Marzo 2018

48



CONDIVIDI SU FACEBOOK

Sapete perché quando l'altro giorno siamo stati al caffè bistrot di Cracco in Galleria non abbiamo mangiato la pizza dello scandalo?

Leggi anche

Ristoranti: l'anguilla è il nuc

Gelateria Di Matteo a Torc
dei migliori gelati d'Italia è
del Cilento

Venezia, 12 posti dove bere
mappa dello spritz crawl

Flavio al Velavevodetto a R
recensione dell'osteria più
c'è

Napoli: pizzerie, trattorie e
provare secondo il New Yo



Google pizza cracco

Cerca 316.000 risultati (0,38 secondi)



Milano. La pizza di Carlo Cracco fa ancora discutere - Scatti di Gusto
https://www.scattidigusto.it/ - Notizie

Abbiamo provato la pizza di Cracco | Dissapore
https://www.dissapore.com/ristoranti/milano-abbiamo-mangiato-la-pizza-di-cracco/



Cracco, la sua pizza margherita è sempre più cara: scontrino da ... - TPI
https://www.tpi.it/2019/01/14/cracco-pizza-scontrino/

Carlo Cracco: ecco la sua pizza margherita - FoxLife
https://www.foxlife.it/ - Cucina & Consigli

Com'è la pizza di Carlo Cracco: guida all'interpretazione da chi l'ha ...
https://www.vice.com/it/article/5b9d4444-pizza-carlo-cracco

Pizza da Cracco - Recensioni su Ristorante Cracco, Milano - TripAdvisor
https://www.tripadvisor.it/.../Milano-Ristoranti-Milano-Ristorante-Cracco

La pizza di Cracco è cambiata negli ingredienti e nel prezzo - Radio 105
https://www.105.net/.../la-pizza-di-cracco-e-cambiata-negli-ingredienti-e-nel-prezzo-ht...

Abbiamo mangiato la pizza di Cracco (che ringrazia tutti per la ...
www.petranet.it/NOTIZIE/POSTI/?permalink=abbiamo...la-pizza-di-cracco...

Le persone hanno chiesto anche
Cosa ci fa Cracco?
Quante calorie contiene una pizza margherita?
Quante stelle ha il ristorante di Cracco?

SEARCH
ON
GOOGLE

*GOOGLE ANALYTICS 2018-2019

LE RIVISTE



BBQ4ALL Magazine

FORMATO: **CARTACEO**
PROGETTO: **MENSILE**
TIRATURA : **5 MILA COPIE**
DISTRIBUZIONE: **IN ABBONAMENTO**



iFood Style - Dal Web Alla tavola

FORMATO: **CARTACEO & DIGITALE**
PROGETTO SPECIALE: **TUTTO FOOD/Mensile**
TIRATURA : **10 MILA COPIE**
DISTRIBUZIONE: **FREE PRESS**

GARAGE PIZZA - OVERVIEW

Garage.pizza è il novo progetto editoriale che affiancherà il lavoro di Dissapore, sul comparto PIZZA. Netaddiction ha affidato lo spin off all'idea e alla creatività di Antonio Fucito food web editor e influencer appassionato, che da tre anni lavora per conoscere e raccontare in modo originale questo settore. il sito sarà localizzato in inglese, con una **sezione in lingua Giapponese**, aggiornata da collaboratori di Tokyo e Kyoto.

La community

Il progetto nasce dal basso, grazie ad una community di appassionati che ruota intorno alla figura di Tanzen Vs. Pizza.

85.000

SOCIAL FOLLOWER

100.000

PIZZE MANGIATE

300+

PIZZERIE VISITATE E RECENSITE



48% UOMINI
52% DONNE



18% 18-24
41% 25-34
23% 35-44



49% MAX 27K
41% 27K - 54K
10% MIN 54K



53% ITALIA
9% USA
5% BRASILE



794
post

46,6 MILA
follower

4.459
seguiti

TanzenVsPizza [Garage Pizza]

Personaggio pubblico

Solo 🍕 mangiate! 🇮🇹🇬🇧 lang

•
Scrivo su @Dissapore e @Gameplay.cafe, 16 anni di @Multiplayer.it... altro

www.dissapore.com/pizzerie/caserta-e-provincia-14
Account seguito da mauryes8, valycast e altri 81

Segui già ▾

Messaggio

Contatta



🇮🇹 amore m...



Live DiPizza...



Di Pizza Ver...



Live DiPizza...



Citi...





Garage
pizza

DI PIZZA

**IL TOUR PER SCOPRIRE I MAGNIFICI
DELLA PIZZA**

L'EVENTO ITINERANTE

ALLA SCOPERTA DEI MAGNIFICI 7

DI PIZZA è il nuovo **evento itinerante** firmato **GARAGE PIZZA** che persegue lo scopo di *fotografare lo stato delle pizzerie in diverse province d'Italia*, di conoscere i pizzaioli e il loro prodotto e di dare visibilità a realtà imprenditoriali di grande valore, stimolando il networking tra i player del mercato, aziende comprese.

Ogni tappa è un evento esclusivo, una vera e propria serata di gala in cui le realtà / pizzerie più rappresentative del territorio (**I MAGNIFICI 7**) si incontrano, stringono sinergie e raccontano il proprio prodotto.

IL FORMAT

DI PIZZA non vuole creare nessuna classifica specifica, bensì raccontare *la vera pizza nella declinazione napoletana e non*. E' una sorta di tavola rotonda e food performance con un intervento (intervista) di circa 5/10 minuti per ciascun artigiano pizzaiolo coinvolto con ulteriori 10 minuti dedicati a servire la pizza preparata in brigata.



NEL DETTAGLIO

I PARTECIPANTI

Dalle 100 alle 150 persone tra giornalisti, influencer & food blogger, fan della community Garage Pizza e Dissapore.

LA VISIBILITA' PER I PARTNER

- Inserimento loghi nei materiali promo cartacei e digitali
- Citazione in comunicato stampa e social posting
- Spazio dedicato all'interno della location
- Visibilità nelle dirette sui canali social Dissapore e Garage Pizza.

LE TAPPE

Le tappe del 2019 sono:

- **SALERNO - 1 aprile**
- **VERONA - 27 maggio**
- **CASERTA - 24 giugno**
- **CATANIA - 9 settembre**
- **MILANO - 2 dicembre**



DI PIZZA EVENTS REPORT

AGGREGATO MULTI TAPPA - EDITORIAL + SOCIAL

FOCUS ON: DI PIZZA EVENTS

TIMING: From January to November 2019

- **54K+** ARTICLES VIEWS
- **1,2+ Mio** SOCIAL REACH
- **102K+** STORIES VIEWS
- **18K+** INTERACTIONS



MOST APPRECIATED **ARTICLE**

Salerno e provincia, 14 pizzerie da provare: Di Pizza

[Home](#) > [Mangiare Fuori](#) > [Indirizzi](#) > Salerno e provincia, 14 pizzerie da provare: Di Pizza

di ANTONIO **FUCITO** 7 Aprile 2019



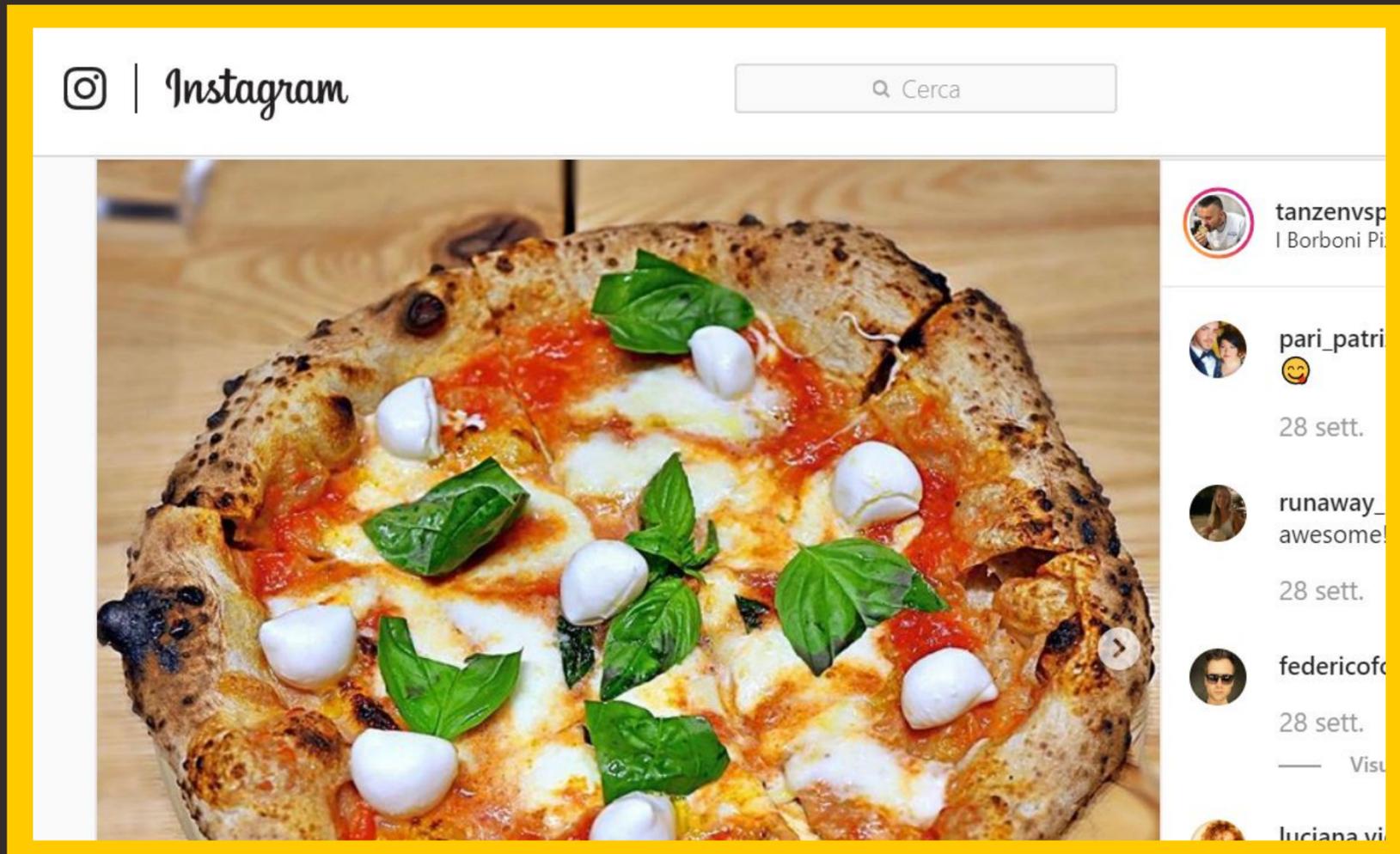
Salerno e provincia, 14 pizzerie da provare: Di Pizza

VIEWS: 19588 | READING TIME: 1:23 min.

BEST SOCIAL CONTENT

NATIVE POST ON INSTAGRAM

CLICK HERE TO VIEW IT
ON TANZEN VS PIZZA INSTAGRAM FANPAGE



PIZZERIA I BORBONI

DI PIZZA SALERNO

KPI:

- SOCIAL REACH : **70.327**
- INTERACTIONS: **540**

DI PIZZA - FOTOGALLERY



I SOCIAL NETWORK

CIRCUITO FOOD & TASTE

FOOD LOVERS - FACEBOOK

Come ogni passione, anche l'amore per il cibo si condivide. Netaddiction affianca all'attività editoriale, un importante impianto di pagine e community su **Facebook** con l'obiettivo di raggiungere un'utenza verticale, ma profilata secondo specifiche passioni e differenti interessi: grilling, viaggi gastronomici, trend e attualità del mondo del food.

800.000

FOLLOWER TOTALI

1.200.000

REACH MEDIO SETTIMANALE

4 PAGINE

ATTIVE ED AGGIORNATE

DISSAPORE

FanPage

156.000

FOLLOWER

450.000

WEEKLY REACH

GARAGE PIZZA

Facebook Group + Page

14.300

FOLLOWER

100.000

WEEKLY REACH

**I PIACERI
DELLA CARNE**

Facebook Page

54.700

FOLLOWER

300.000

WEEKLY REACH

**BORGHI
D'ITALIA**

Facebook Page

645.000

FOLLOWER

560.000

WEEKLY REACH

HOW TO FACEBOOK

Netaddiction dispone di una serie di pagine Facebook orientate a community che cercano ogni giorno ispirazioni pratiche e creative per preparare un pasto, per occasioni importanti o per la propria famiglia. Target molto omogeneo, composto da donne, mamme, food-blogger e social addicted con età media avanzata.

570.000

FOLLOWER TOTALI

3.000.000

REACH MEDIO SETTIMANALE

4 PAGINE

ATTIVE ED AGGIORNATE

IFOOD

FanPage

148.000

FOLLOWER

113.000

WEEKLY REACH

**IO AMO
CUCINARE**

Facebook Page

89.000

FOLLOWER

800.000

WEEKLY REACH

**LA MIA CUCINA
È LEGGENDA**

Facebook Page

260.000

FOLLOWER

2.000.000

WEEKLY REACH

**LE CREAZIONI
VEGANE**

DI ARIANNA

Facebook Group + Page

80.000

FOLLOWER

136.000

WEEKLY REACH

INSTAGRAM

L'utilizzo di questo social ha **l'obiettivo** di creare un filo conduttore tra lettori e brand editoriali, spontaneo e riconoscibile e quello di generare awareness. La comunicazione visuale di Instagram e le Stories lo rendono lo strumento perfetto per raccontare l'esperienza di eventi, fiere e press tour. **Netaddiction** integra attività offline e campagne pubblicitarie digital e con la giusta dose di creatività e di personalizzazione dei contenuti, l'attività di visual storytelling è sempre inserita come filo fil rouge della comunicazione.

98.100

FOLLOWER TOTALI

iFood

31.400
FOLLOWER

150.000
WEEKLY IMPRESSIONS

90.000
WEEKLY REACH

560.000

IMPRESSIONS MEDIE SETTIMANALI

DISSAPORE

22.000
FOLLOWER

60.000
WEEKLY IMPRESSIONS

30.000
WEEKLY REACH

3 ACCOUNT

ATTIVI E SEMPRE AGGIORNATI

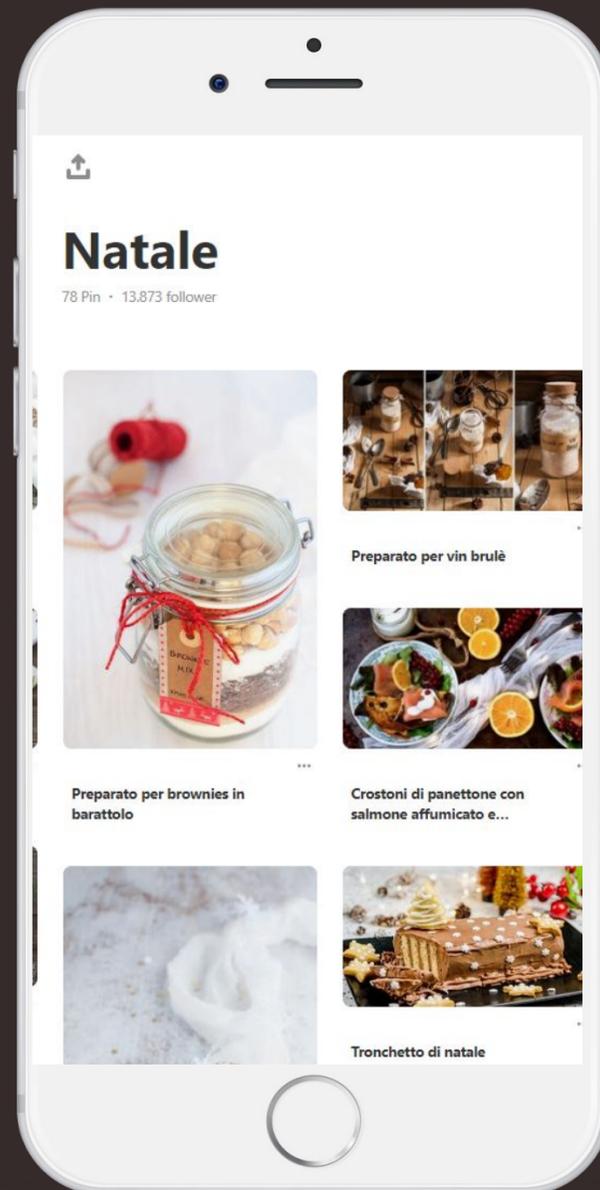
TANZEN VS PIZZA

52.000
FOLLOWER

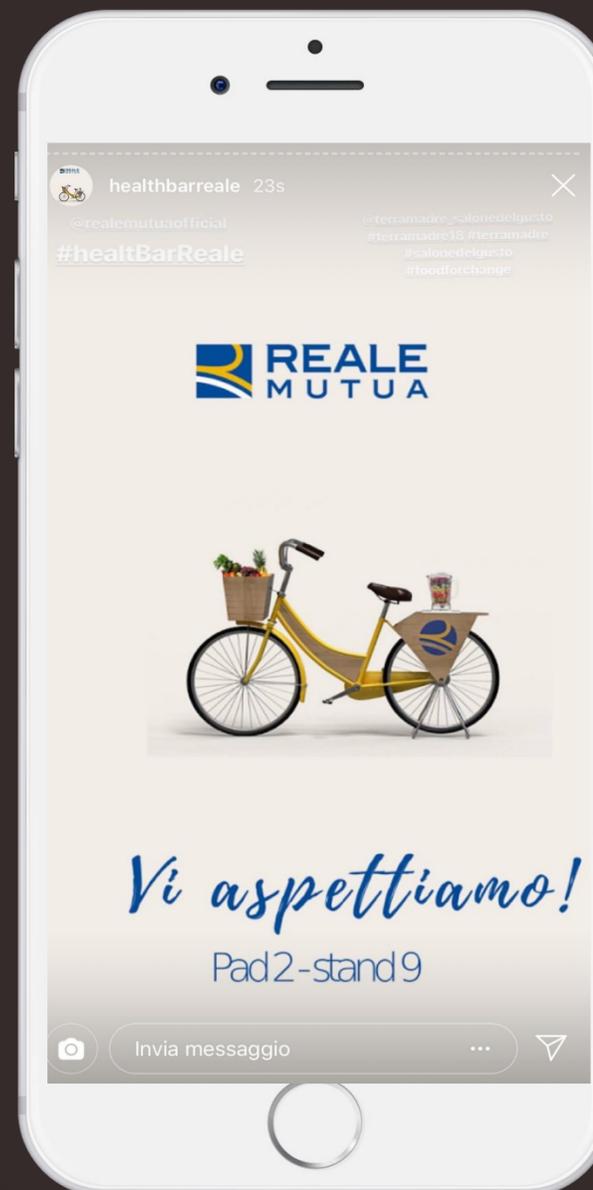
350.000
WEEKLY IMPRESSIONS

200.000
WEEKLY REACH

VISUAL STORYTELLING



PINTEREST
BACHECA TEMATICA COLLETTIVA



INSTAGRAM STORIES
TEASING E STREAMING EVENTO PER REALE MUTUA



INSTAGRAM STORIES
TEASING E STREAMING PER 68 EVENTI
FoodAddiction in STORE 2018

FOOD & TASTE
CASE
HISTORIES



GUSTATUS 2018

IN DIRETTA DALLA MAREMMA

SITI COINVOLTI: Dissapore - iFood Social Reporter

ATTIVITÀ: Media partnership (iFood & Dissapore) + iFood Social Reporter (2 foodblogger + 1 coordinatore)

PARTNER: Comune di Orbetello / I Love Italian Food



200.000

REACH SOCIAL



11.000

LETTURE ARTICOLI

Dal 31 ottobre al 4 novembre il Dissapore Café è stato al centro degli eventi organizzati dalla manifestazione che racconta La Maremma Toscana da oltre 13 anni. Tra i produttori e gli espositori del territorio, Dissapore ha svolto interviste e tavole rotonde postate in tempo reale sui social. Il team di food blogger accompagnate dal community manager di iFood hanno raccontato ogni esperienza fatta sul territorio: dalla pesca in laguna alle degustazioni di bottarga e vini. Un racconto immersivo che ha reso l'evento regionale, di risonanza nazionale

INSTAGRAM STORIES

ARTICOLO E VIDEO



SALONE DEL GUSTO TORINO 2018

REPORTER PER TERRA MADRE

SITI COINVOLTI: Dissapore.it - iFood Social Reporter

ATTIVITÀ: Live social streaming + video Storytelling

PARTNER: Raspini Salumi



62.996 REACH SOCIAL

1.093 INTERAZIONI



10.815 VIEWS

In occasione della partecipazione al Salone del Gusto Terra Madrea, il salumificio ha presentato ai visitatori l'acquisizione del Salumificio San Giacomo, produttore di Prosciutto Crudo di Parma DOP. Per sottolineare l'importanza di questo evento e garantirsi visibilità anche online, il partner ha richiesto la creazione di contenuti ad hoc durante una degustazione di prodotto guidata della nuova linea introdotta nell'offerta. *Gli Ambassador hanno trascorso diverso tempo all'interno dello spazio per provare ogni prodotto* e produrre un reportage diffuso sui diversi social di iFood e dei blogger coinvolti. Dissapore ha inoltre prodotto **una video intervista** con camei e focus accattivanti e porn food oriented per generare buone performance sul canale di diffusione prescelto, Facebook.

INSTAGRAM TORIES

VIDEO DISSAPORE

SALONE DEL GUSTO TORINO 2018

REALE MUTUA ASSICURAZIONE

SITI COINVOLTI: Dissapore.it /iFood Ambassador

ATTIVITÀ: acconto social dell'attività in stand

PARTNER: Reale Mutua Assicurazioni



349.348

REACH SOCIAL



18.601

INTERAZIONI

ATTIVITÀ

Il team content food di Netaddiction ha selezionato e individuato **3 ambassador** che potessero incarnare al meglio con la propria identità di micro influencer uno stile di vita sano, focus della comunicazione del partner.

Il team ha lavorato allo stand Reale Mutua Assicurazioni (main sponsor dell'evento) durante Salone Del Gusto - Terra Madre 2018 (Torino) garantendo una visibilità mediatica online dell'attività con la produzione costante di contenuti video e foto distribuiti attraverso i social (Instagram stories, + Post FB + Post IG); due volte al giorno, inoltre, hanno generato momenti di aggregazione all'interno dello spazio, con un instant challenge con i passanti. La sfida consisteva in una pedalata energica sulle bland bike. Chi produceva una maggiore quantità di frullato di frutta fresca, vinceva una copia del libro della collana iFood "Mangiare Wow".

Dissapore ha dato visibilità all'attività con la produzione e la pubblicazione di una pillola video al giorno che riprendeva giornalisti e personaggi del mondo del food che si sfidavano alla pedalata per il futuro.



+



=



MARI PISACANE



iFood



FEDERICA COSTANTINI

iFood

Seguiteci con #HealthBarReale

20 / 24 SETTEMBRE | TORINO

SALUTE E BENESSERE SONO LA PRIMA FORMA DI ASSICURAZIONE



TECHNICAL PARTNER: Terra Madre SALONE DEL GUSTO 2018



MONICA VITALE

iFood

Seguiteci con #HealthBarReale

20 / 24 SETTEMBRE | TORINO

SALUTE E BENESSERE SONO LA PRIMA FORMA DI ASSICURAZIONE



TECHNICAL PARTNER: Terra Madre SALONE DEL GUSTO 2018



CIBUS PARMA 2018

CIBUS Media partnership

SITI COINVOLTI: iFood.it - Dissapore.it - ILIF

ATTIVITÀ: Media Partnership iFood Dissapore
Social media streaming con iFood Ambassador. Copertura editoriale teasing; copertura editoriale live con Interviste video allo stand Dissapore iFood; Servizio di gestione dell'incoming blogger (circa 70)

PARTNER: FIERA DI PARMA



19.000.000
REACH SOCIAL TOT

7.300.000
VIEWS TOTALI



1.940.000
INTERAZIONI

Cibus è una fiera B2B biennale che si svolge presso il polo fieristico di Parma. Netaddiction - media partner ufficiale dell'evento - ha diffuso la filosofia e i contenuti della manifestazione prendendo parte attivamente a Cibus 2018 in una speciale area allestita di 40 mq e sostenendone la comunicazione, prima e durante la manifestazione. Abbiamo organizzato e gestito l'incoming dei food blogger (circa 70 in tutto) e inviato quotidianamente a tutti gli aggiornamenti attraverso un canale TELEGRAM un della manifestazione, mettendo in comunicazione tutti i food blogger accreditati all'evento e

Report





FRUTTA E VERDURA DOP E IGP

IGP

Produzione Ricette

SITI COINVOLTI: iFood.it

ATTIVITÀ: Creazione contenuti digital (ricette)
Diffusione social (Instagram stories, + Post FB + Post IG)

PARTNER: FRUTTA E VERDURA DOP e IGP



45.360

REACH SOCIAL



2.485

INTERAZIONI

Per valorizzare frutta e verdura IGP nel periodo della raccolta, è stata coinvolta la redazione iFood e blogger con buon seguito social nel racconto e nell'utilizzo dei prodotti in una ricetta inedita.

La distribuzione online del contenuto è avvenuta all'interno di una landing page / sezione dedicata al progetto su iFood.it, con una SKIN legata alla campagna e sui canali social dei blogger che hanno partecipato.



BRAVO BIO E MY ARBOR

BRAVO BIO Travel Experience

SITI COINVOLTI: iFood.it

ATTIVITÀ: Live blogging social Facebook / Instagram
(Account blogger + account iFood) VIDEO PRODUCT PLACEMENT
CON GUEST - IN COLLABORAZIONE CON RDS + ADVERTORIAL IFOOD

PARTNER: FRUTTA E VERDURA DOP e IGP

 **100.000**
SOCIAL REACH

 **10.000**
LETTURE/VIEWS



In occasione del lancio di una nuova linea di succhi BRAVO BIO, iFood ha supportato la comunicazione del concorso **“Vinci un soggiorno presso my Arbor”** in collaborazione con Rds - Radio Dimensione Suono. L'attività ha riguardato 3 video con product placement (con protagonisti la speaker Roberta Lanfranchi e Giulia Golino, Cook Eat Love, ambassador del network iFood) e un blog tour presso la struttura.

Il racconto dell'esperienza presso la splendida struttura immersa nella natura, ha permesso alla blogger di raccontare i valori del brand e di posizionare il prodotto all'interno sia di un advertorial (reportage post esperienza con foto su iFood.it) che di un social blogging fotografico (Instagram) altamente coinvolgente per stimolare l'adesione al concorso indetto da Rauch.

[Leggi l'articolo](#)

[Social Post](#)



PASTA LA MOLISANA

LA MOLISANA Live Event

SITI COINVOLTI: iFood.it - Dissapore.it -

ATTIVITÀ: Creazione contenuti digital + Intervista

PARTNER: LA MOLISANA



175.519 SOCIAL REACH

17.000 INTERAZIONI



102.000

VIEWS

Sostegno alla comunicazione dell'evento attraverso attività social, editoriali e di live-cooking.

Per il cliente La Molisana, sono state realizzate numerose attività di live social dalle blogger di iFood oltre che una video-intervista di Dissapore

[Guarda il Video](#)

LA NOTTE VERDE 2018/2019

SHOW COOKING E LIVE COACHING

CLIENTE: LEROY MERLIN

PARTNER TECNICO: MORATO PANE e BBQ4ALL

PROPERTIES COINVOLTE: IFOOD

Netaddiction è stato per due anni consecutivo partner di *Leroy Merlin* in occasione della **Festa dell'Anniversario**, per l'organizzazione di 48 live cooking show a tema *barbecue*. Il **PROGETTO 2019** ha visto 48 food coach realizzare la ricetta per la preparazione di un panino con hamburger con contorno. La semplicità del piatto ha permesso di focalizzare l'attenzione degli iscritti all'evento su alcuni punti importanti per il cliente: il funzionamento e le caratteristiche dei dispositivi in vendita, la promozione delle offerte in corso e l'ingaggio diretto di clienti interessati all'acquisto.

SHOWCOOKING

48 PV

REACH COMPLESSIVA

651.000

REDEMPTION

+34% le vendite del reparto
GIARDINO

REPORT COMPLETO





CAMPIONATO DELLA PIZZA 2017

CLAI - MOLINO DALLAGIOVANNA Sponsorship

SITI COINVOLTI: Dissapore.it /iFood Reporter (reportage finale)

ATTIVITÀ: Sponsorship - product placement

PARTNER: CLAI - MOLINO DALLAGIOVANNA



**3.000.000 SOCIAL
REACH**

**250 PARTECIPANTI
ALL'EVENTO FINALE**



250.000

LETTURE ARTICOLI

Il Campionato della Pizza 2017 firmato Dissapore ha previsto un social challenge online in cui si sono sfidati in diversi gironi i migliori pizzaioli d'Italia. La finalissima è stata svolta con un grande evento live a Napoli. I partner Clai e Molino Dalla Giovanna sono stati sponsor dell'intera iniziativa ed hanno partecipato con un product placement alla finalissima, beneficiando della visibilità offline all'evento ed online per tutta la durata dell'iniziativa.

[Guarda il Video](#)

DI CHE PASTA SEI? BRANDED CONTENT CONTINUATIVO - IN PROGRESS

CLIENTE: **PASTA AGNESI**

PROPERTIES COINVOLTE: **IFOOD - DISSAPORE**

A sostegno della comunicazione del brand, Netaddiction ha proposto una collaborazione di 6 mesi che vede impiegato il prodotto in una serie di contenuti originali, distribuiti su diverse piattaforme ed inserito nella programmazione editoriale di Dissapore (sito e social) e in quella di una serie di micro influencer.

RICETTE + VIDEO RICETTE

26

REACH COMPLESSIVA

IN PROGRESS

BLOGGER IFOOD

6



IL NETWORK

CIRCUITO

PASSION

PUNTI DI FORZA

Il circuito passion di Netaddiction ruota intorno ad un concetto ampio di intrattenimento. Include un'audience variegata, con target che molto spesso si sovrappongono

Driver

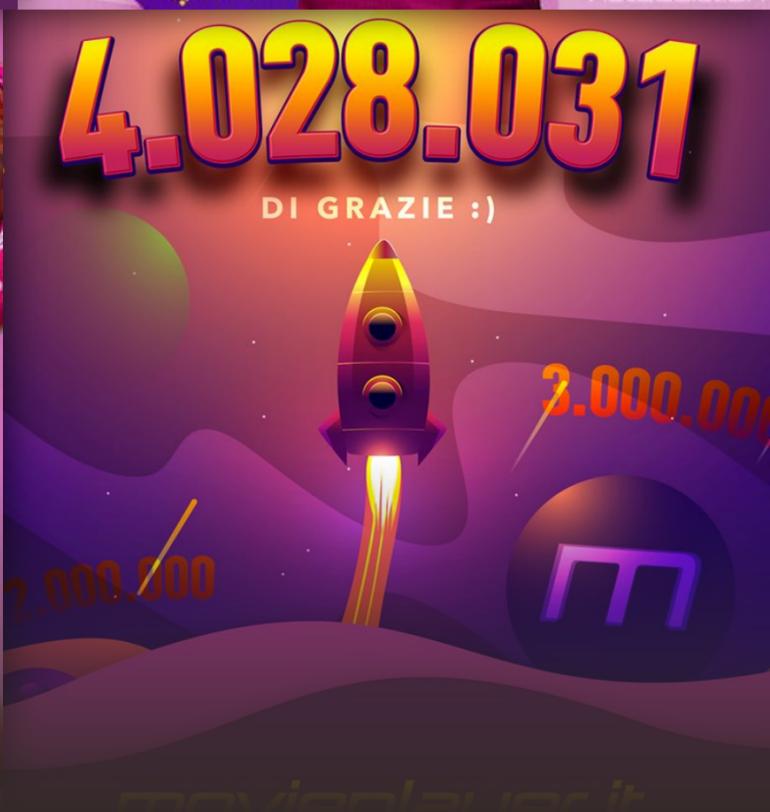
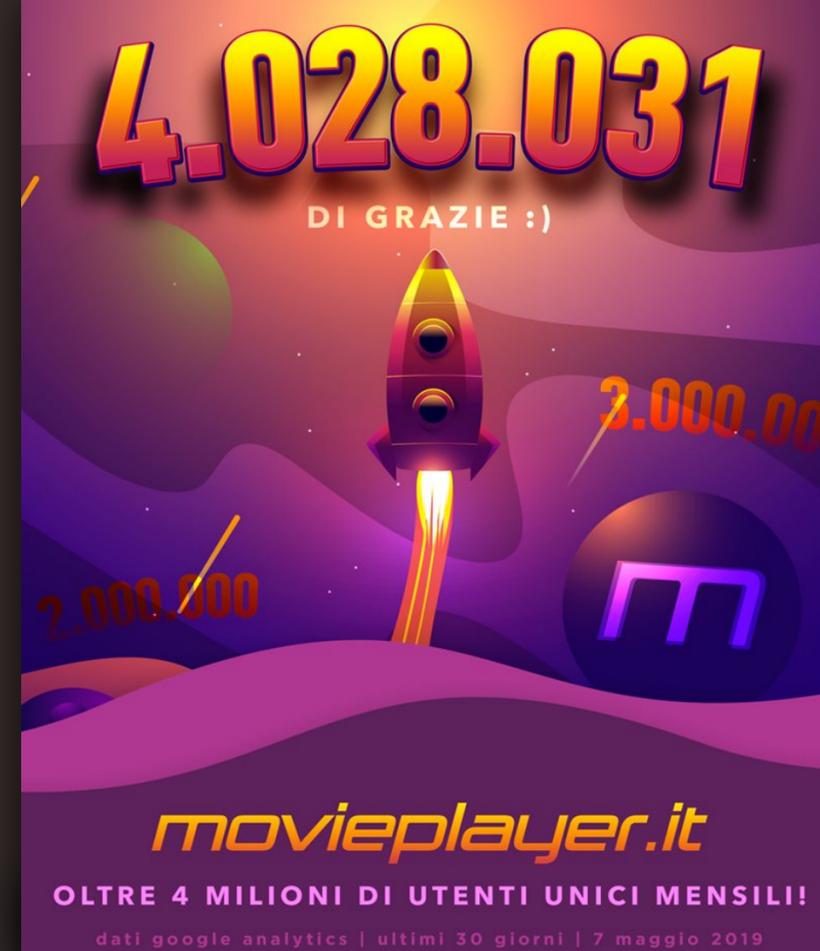
Movieplayer.it

Bigodino.it

Punti di forza

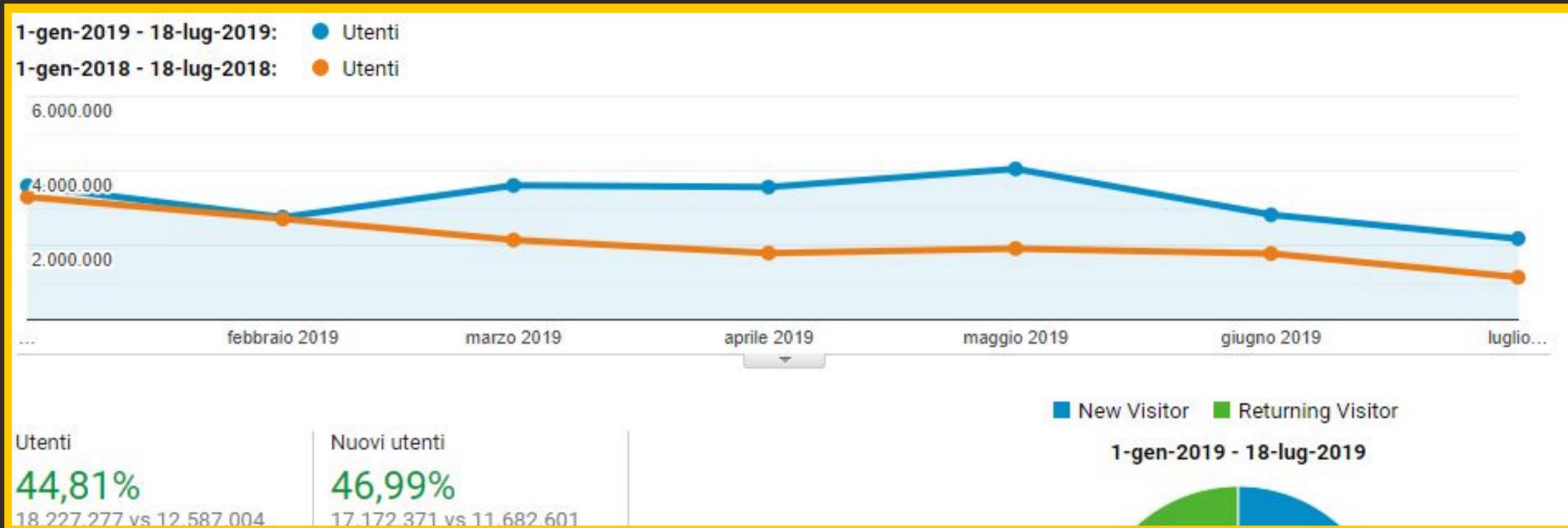
INDICIZZAZIONE
AUTOREVOLEZZA
STRUTTURA EDITORIALE

INDICIZZAZIONE
VOLUMI DI TRAFFICO
VERTICALITA'



FOCUS CRESCITA

Movieplayer.it ha vissuto negli ultimi due anni una piccola rivoluzione iniziata con il restyling dell'home page e uno studio attento al posizionamento SEO dei contenuti. I risultati sono oggi tangibili sul traffico e sulla crescita del traffico organico. I contenuti quotidiani sono selezionati in base



- U/U 2019 vs. 2018: **+ 45%**
- AVG. TIME: **+20%**
- **SEO POSITIONING: FIRST PAGE**

Google Analytics

SUCCESSI EDITORIALI

Star Wars: Gli Ultimi Jedi

166.000

LETTURE

Il Trono di Spade - Stagione 7

360.000

LETTURE

The Walking Dead - Stagione 7 e 8

245.000

LETTURE

It parte 1

216.000

LETTURE

Thor: Ragnarok

119.000

LETTURE

Blade Runner 2049

61.000

LETTURE

Stranger Things 2 Stagione 3

118.000

LETTURE

Pagina Netflix

265.000

LETTURE

NO, MERYL STREEP NON È SOPRAVALUTATA, SONO TUTTI GLI ALTRI AD ESSERLO



SERIE TV / NEWS

I migliori film e le serie TV del 2016, ecco le nomination da votare!

Al via i Movieplayer.it Awards 2017: divertitevi a votare i vostri film e le serie televisive del cuore, ma anche le interpretazioni più convincenti. Si vota fino al 10 gennaio!

6 giorni fa



FILM / APPROFONDIMENTO

Da La La Land a Moonlight, come le sorprese dei Golden Globe influiranno sulla corsa agli Oscar?

Il trionfo annunciato di La La Land, la vittoria di Moonlight a scapito di Manchester by the Sea e il premio a sorpresa per Isabelle Huppert: ripercorriamo i momenti salienti della 74ª edizione dei Golden Globe analizzando le indicazioni della Hollywood Foreign Press Association in merito all'imminente corsa agli Oscar.

5 minuti fa

MOVIEPLAYER.IT

Movieplayer.it è il magazine dedicato al mondo del cinema, delle serie tv, delle piattaforme streaming e delle Pay tv.

Con oltre 10 anni di esperienza e una redazione estremamente competente, produce oltre **1200 contenuti al mese**, che spaziano tra approfondimenti e notizie, con un perfetto mix di recensioni, interviste, speciali e curiosità, supportato da una produzione video e live di qualità.

4.100.000
UTENTI UNICI

8.000.000
PAGINE VISTE

0:50
TEMPO MED.

290.000
FOLLOWER



50% UOMINI
50% DONNE



67% DIPLOMA
33% LAUREA



55% DESKTOP
45% MOBILE



9% 18-24
45% 25-44
46% 45+



45% NORD
17% CENTRO
32% SUD



51% MAX 27K
32% 27K - 54K
10% MIN 54K



IN EVIDENZA: Avengers: Endgame, il contenuto delle scen...



INFINITY STAR MATCH

Social amplification

PARTNER: INFINITY R.T.I. Spa

ATTIVITÀ: Copertura social Instagram influencer lifestyle, Branded content a cura di Minimad.

 748.000
REACH SOCIAL

 557.000
VIEWS VIDEO
TOTALI

MECCANICA

Spinta social del gameplay Inifinity Star Match, a promozione della piattaforma Infinity.

Social amplification e user experience a cura di 7 Instagramers lifestyle che si sono sfidati tra di loro, mostrando, attraverso le stories di IG, le principali features del gioco.

Branded content a cura di MINIMAD! [“Quando becchi il match con Cameron Diaz”](#)



@infinitytv_it

STAR MATCH

Abbina gli attori che hanno recitato nello stesso film e scopri quanto sei esperto di cinema!

#infinitystarmatch

GIOCA ORA

GIOCA A STAR MATCH #adv

Se amate il cinema giocate con me a Star Match e vediamo che punteggio riuscite a totalizzare! Scegliete un attore e poi trovate il match corrispondente! Sono pronto a sfidarvi!





Vi sfido a giocare (e a scegliere poi il vostro film del sabato sera) al link qui in alto 🤔



@INFINITYTV.IT

#INFINITYSTARMATCH



#InfinityStarmatch

@infinitytv_it

#ad



Ho risposto alla sfida di @laura_manfredi e anche io ho indovinato. Siamo pari. Che si fa, spareggio?



Intanto se volete sfidarmi anche voi su #InfinityStarmatch...



QUANDO BECCHI IL MATCH CON CAMERON DIAZ

356,100 views • Sep 26, 2019

20K 358 SHARE SAVE

Minimad 280K subscribers

SUBSCRIBE

SHAUN THE SHEEP

Social amplification

SITI COINVOLTI: Movieplayer.it, Bigodino.it
ATTIVITÀ: Copertura social Instagram mamme influencer Anteprima Cinecittà World, editoriali
PARTNER: Koch Media

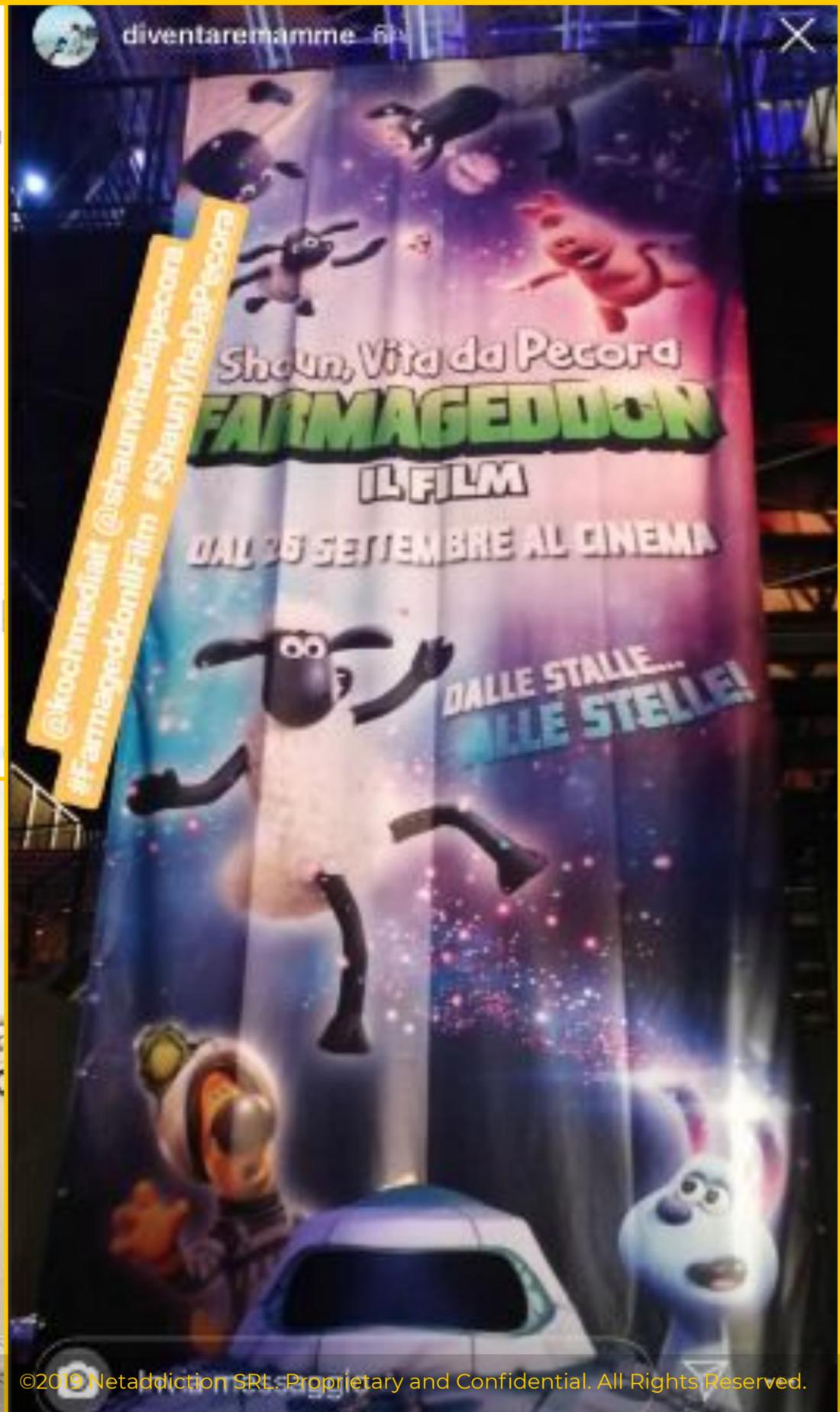


ATTIVITÀ
 Comunicazione social verticale sul target mamme/kids & family attraverso un progetto di comunicazione integrato.

COMUNICAZIONE SOCIAL
 Diffusione dei concetti chiave attraverso la diffusione e distribuzione di contenuti visual empatici ed emozionali capaci di trasferire i concetti base del film: inclusione + spazio.

ATTIVITA' INFLUENCER
 Live coverage di 10 mamme blogger con stories IG della prima del film a Cinecittà World.

ATTIVITA' EDITORIALE
 A ridosso dell'uscita del film nelle sale cinematografiche le redazioni di *Movieplayer.it* e *Bigodino.it* hanno diffuso attraverso i loro canali editoriali la produzione di news come rassegna delle attività realizzate per la promozione e la CTA al cinema.



netaddiction

Bigodino.it

CONNESSO ALLE PASSIONI DELLE DONNE



BIGODINO.IT - OVERVIEW

Bigodino.it è un webzine al femminile che racconta le passioni delle donne alle donne. Le diverse sezioni aggregano un pubblico molto ampio, affine a quello di un generalista, ma le diverse sezioni di approfondimento arrivano a target molto verticali e definibili.

Il main target si concentra in una fascia di età compresa tra i 45 e 65 anni, responsabili d'acquisto

LE SEZIONI DEL SITO: Lifestyle / Spettacolo/Moda / Benessere / Mamma / Cucina / Animali/ Design

6.050.000

UTENTI UNICI

27.000.000

PAGINE VISTE

300.000

SOCIAL FOLLOWER



25% UOMINI
74% DONNE



64% DIPLOMA
36% LAUREA



8% DESKTOP
92% MOBILE



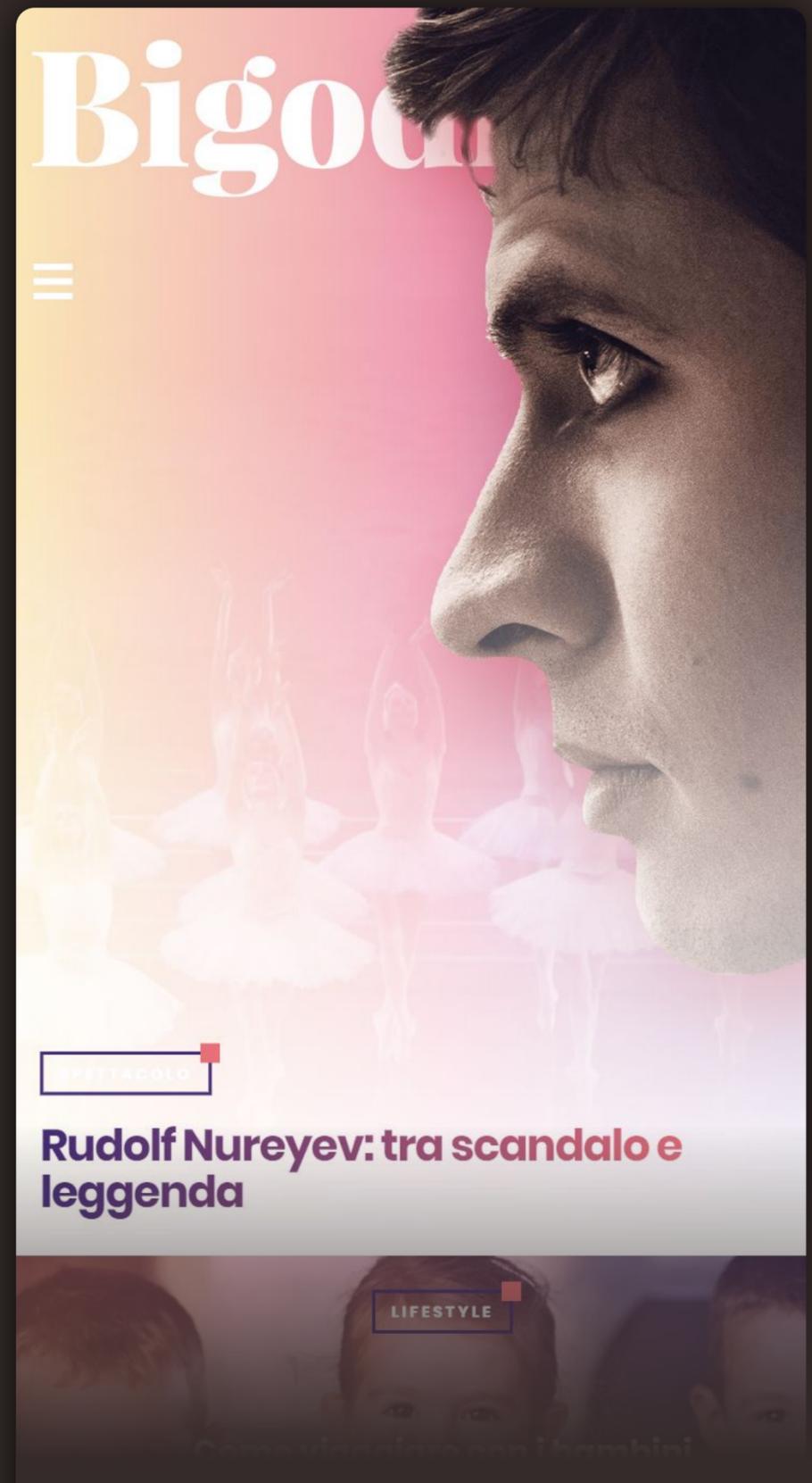
20% 25-34
25% 35-44
55% 45-64



33% NORD
31% CENTRO
34% SUD



46% MAX 27K
38% 27K - 54K
10% MIN 54K



PUNTI DI FORZA

su DAGOSPIA che lei cita come sua fonte ogni tre minuti. Quindi non legge il Fatto e manco Dagospia. (pare vero)

9) Insomma, è sotto testata giornalistica ma le sue fonti non sono i quotidiani, sono Blitchy e trashitaliano.

10) Rimanda un estratto della mia intervista che non ha letto.

Morale: alla fine, per non nominare me e la testata, ha fatto sì che ci nominasse un sacco di gente su twitter, perculandola. Insomma, l'asilo Mariuccia.

Ah, naturalmente io vi racconto tutto questo ma non ho guardato la puntata. Ne ho visto degli estratti su bigodino.ne, sia chiaro.

p.s.

Da stamattina il programma sta cercando disperatamente la Ferricciolo. ;)



BIGODINO.IT è ormai riconosciuto come una fonte di informazione da diversi personaggi (Post di Selvaggia Lucarelli)

SimilarWeb Analyse any Website

Top Websites

Top sites ranking for News And Media >

Magazines and E Zines Italy

Upgrade to see the full list.

Rank	Website
1	B. bigodino.it
2	D. donnamoderna.com
3	E. elle.com
4	V. vice.com

BIGODINO.IT è il 1° sito in Italia per AUDIENCE nel ranking Magazine di **SimilarWeb**

I primi 60 media italiani per total digital audience in aprile secondo Comscore

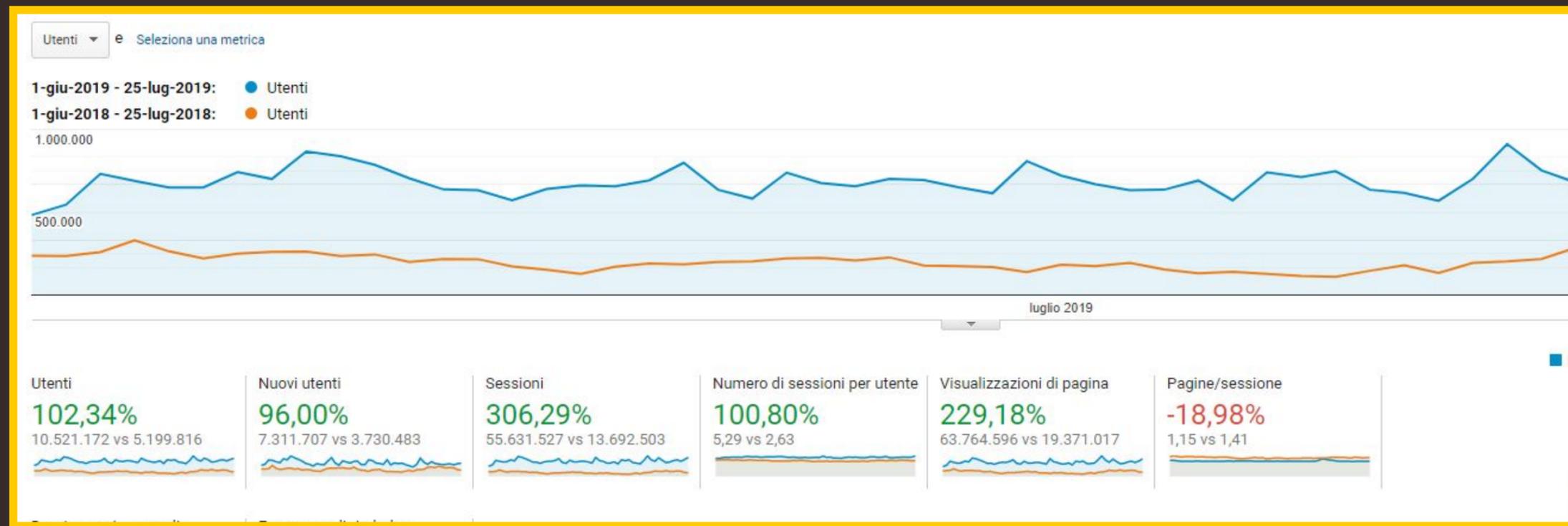
#	Media	Visitatori unici apr. 2019 (000)	Visitatori unici mar. 2018 (000)	Var. %	Pagine viste (000.000)	Minuti (000.000)
Total Internet Audience						
1	Citynews Gruppo Editoriale	23.899	21.776	10	190	244
2	Fanpage	20.809	19.996	4	141	183
3	TGCOM24 Sites	20.567	19.387	6	270	364
4	ILFATTOQUOTIDIANO.IT	14.972	14.730	2	99	150
5	Quotidiano Net Network	14.900	16.150	-8	90	104
6	ILMESSAGGERO.IT	14.382	13.786	4	73	80
7	Donna Moderna Network	13.396	14.259	-6	58	68
8	Corriere Della Sera*	13.071	14.095	-7	183	119
9	Mypersonaltrainer	12.284	13.486	-9	56	61
10	LEGGO.IT	12.149	11.298	8	62	73
11	LIBEROQUOTIDIANO.IT	10.066	9.040	11	123	146
12	Microsoft News	9.460	10.059	-6	332	375
13	TERMOMETROPOLITICO.IT	8.566	14.374	-40	22	28
14	Web365 Network	7.979	7.495	6	52	61
15	Money.it Network	7.931	7.308	9	26	30
16	ARANZULLA.IT*	7.031	7.761	-9	20	19
17	La Gazzetta Dello Sport*	7.022	7.023	-0	125	105
18	ILSOLE24ORE.COM	6.881	6.698	3	62	74
19	UPDAY.COM	6.741	6.919	-3	0	14
20	ILMATTINO.IT	6.243	5.982	4	45	39
21	ALFEMMINILE.COM	6.163	6.358	-3	44	60
22	ILGIORNALE.IT	5.782	5.854	-1	30	21
23	Caffeina Media	5.361	4.535	18	22	27
24	Delta Pictures Editore	5.212	4.027	29	29	36
25	CORRIEREDELLOSPORT.IT	5.031	5.322	-5	51	54
26	ANSA.IT*	4.900	4.556	8	57	96
27	BIGODINO.IT	4.809	4.499	7	16	20
28	TPI.IT	4.588	4.871	-6	10	13
29	BLASTINGNEWS.COM	4.553	4.976	-9	13	14
30	NOTIZIE.IT	4.456	3.214	39	18	23
31	BLITZQUOTIDIANO.IT	4.438	5.153	-14	12	15
32	AFFARITALIANI.IT	4.302	3.592	20	17	18
33	Smartworld.it Sites	4.104	4.124	-0	13	17
34	Le Iene	4.071	4.165	-2	14	23
35	VANITYFAIR.IT*	4.042	2.579	57	16	7
36	ADNKRONOS.COM	4.011	3.802	5	10	13
37	ILGAZZETTINO.IT	3.974	4.078	-3	29	27
38	TISCALI.IT	3.821	3.706	3	222	260
39	Automoto Network	3.557	3.840	-7	40	32
40	ILPOST.IT*	3.394	3.616	-6	10	6
41	TUTTOSPORT.COM	3.323	3.194	4	72	80
42	Elle Network Italia	3.318	2.910	14	7	9
43	GREENME.IT*	3.247	3.065	6	8	5
44	LETTERA43.IT	3.190	4.358	-27	6	6
45	Sky.it Sport HD	3.144	2.879	9	5	18
46	RAI News	3.134	3.433	-9	21	22
47	HDBLOG.IT	3.055	3.098	-1	27	28
48	Grazia Network	2.933	3.558	-18	12	13
49	LASICILIA.IT*	2.842	1.897	50	16	7
50	Biogo	2.837	3.082	-8	8	7
51	FOCUS.IT	2.833	2.834	-0	6	7
52	DILEI.IT*	2.732	2.768	-1	10	4
53	MotorSport Network	2.447	2.684	-9	10	12
54	Nostro Figlio Sites	2.411	2.401	0	6	8
55	Sky.it TG24 HD	2.315	2.433	-5	6	5
56	ROBADADONNE.IT	2.299	1.893	21	7	7
57	ILTEMPO.IT	2.150	2.189	-2	8	6
58	Eurosport Sites	2.142	2.319	-8	11	77
59	GOAL.COM	2.102	1.935	9	9	15

BIGODINO.IT è il 27° sito in Italia per TOTAL DIGITAL AUDIENCE secondo **comScore - APRILE 2019**

FOCUS CRESCITA

Bigodino.it nasce (o rinasce) su una focus audience ben definita che lascia spazio a strategie di gender marketing mirate.

Il sito ha scelto di seguire una strategia di comunicazione che passa quasi esclusivamente da mobile per raggiungere il proprio target di riferimento. Questa scelta che ha premiato negli ultimi 12 mesi in termini di crescita del traffico da social e organico, che segue da due anni un trend positivo.



ANALISI COMPARATIVA DEL TRAFFICO GIU/LUGLIO 2018/2019

- U/U 2019 vs. 2018: **+102%**
- SESSIONS: **+300%**
- **SEO POSITIONING: FIRST PAGE**

SCENARIO & COMPETITOR #1

Comparando Bigodino.it ai suoi competitor primari, SimilarWeb indica che è il secondo sito italiano femminile **PER CATEGORIA** (News & Media) e il terzo **IN ITALIA**.

Category Rank ⓘ

In  News and Media

 bigodino.it	#1,448
 donnamoderna.com	#2,281
 pianetadonna.it	-
 alfemminile.com	-
 vanityfair.it	#882

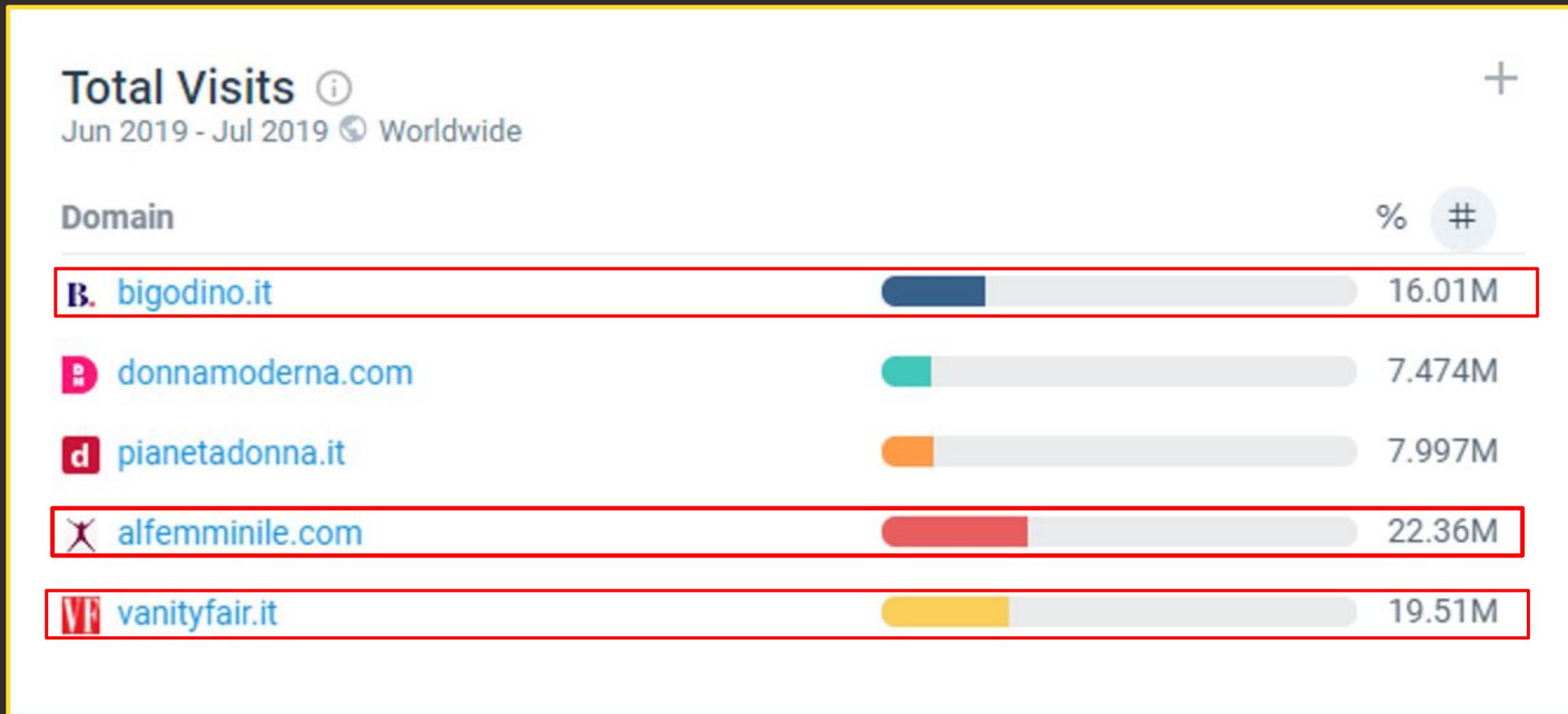
Country Rank ⓘ

Jun 2019 - Jul 2019,  Italy

 bigodino.it	#291
 donnamoderna.com	#511
 pianetadonna.it	#311
 alfemminile.com	#142
 vanityfair.it	#160

SCENARIO & COMPETITOR #2

A luglio 2019, Similarweb rileva che tra i principali siti femminili italiani, Bigodino.it risulta essere il **TERZO**, per **NUMERO DI VISITE**



LIFESTYLE #1

E' il cuore della comunicazione del magazine, la sezione che arriva ad un'audience particolarmente ampia **che arriva per il 90% da mobile**

I contenuti sono generalmente brevi e di impatto. Gossip, psicologia di massa femminile, curiosità e trend sul mondo dell'alimentazione e della salute in generale.

La sezione esprime **l'anima leggera e un po' curiosa di Bigodino**, quella aggiornata costantemente e allineata con l'attualità.

Ideale per operazioni di instant marketing.

LA SEZIONE LIFESTYLE ha generato 21 MILIONI di visualizzazioni di pagina uniche, con un tempo medio di permanenza per pagina di circa 3 MINUTI



News e Lifestyle raggiungono ormai l'80% della propria audience complessiva su dispositivi mobili (Fonte Comscore Mar. 2019)

TOP CONTENT

TOTAL: **740.000/437.000** VIEWS - AVG. TIME **2:30**
min*

SAMPLE
LINK

ADVERTISEMENT

Tumore del colon, sintomi

Tumore del colon, in aumento i casi tra i giovani: ecco 5 sintomi da non sottovalutare

[Home](#) > [Lifestyle](#) > Tumore del colon, sintomi

Tumore del colon, in aumento i casi tra i giovani: ecco 5 sintomi da non sottovalutare. I medici sono piuttosto preoccupati per l'aumento del numero di persone sotto i 50 anni che sviluppano il cancro al colon al giorno d'oggi. Alcuni anni fa la maggior parte dei pazienti con tumore del colon erano anziani, ma ora aumentano i casi tra persone con un'età inferiore ai 50 anni e i giovani hanno 4 volte più probabilità di avere il cancro al colon rispetto al 1990.



SAMPLE
LINK

ADVERTISEMENT

Il gesto meraviglioso di Matthew Resendez

Il gesto meraviglioso di Matthew Resendez, un ragazzo impiegato al Burger King nei confronti di un senzatetto ha fatto il giro del mondo. Ecco cosa ha fatto.

[Home](#) > [Lifestyle](#) > Il gesto meraviglioso di Matthew Resen...

Il gesto meraviglioso di Matthew Resendez non poteva passare inosservato. Il ragazzo, durante il suo turno a Burger King, ha visto un senzatetto che sembrava in difficoltà. L'uomo gli ha chiesto se c'era qualcosa che poteva acquistare con 50 centesimi e il ragazzo gli ha dato una risposta che merita di essere raccontata.



*GOOGLE ANALYTICS GEN - LUG 2019

netaddiction

Bigodino.it

CONNESSO ALLE PASSIONI DELLE DONNE



BIGODINO.IT - OVERVIEW

Bigodino.it è un webzine al femminile che racconta le passioni delle donne alle donne. Le diverse sezioni aggregano un pubblico molto ampio, affine a quello di un generalista, ma le diverse sezioni di approfondimento arrivano a target molto verticali e definibili.

Il main target si concentra in una fascia di età compresa tra i 45 e 65 anni, responsabili d'acquisto

LE SEZIONI DEL SITO: Lifestyle / Spettacolo/Moda / Benessere / Mamma / Cucina / Animali/ Design

6.050.000

UTENTI UNICI

27.000.000

PAGINE VISTE

300.000

SOCIAL FOLLOWER



25% UOMINI
74% DONNE



64% DIPLOMA
36% LAUREA



8% DESKTOP
92% MOBILE



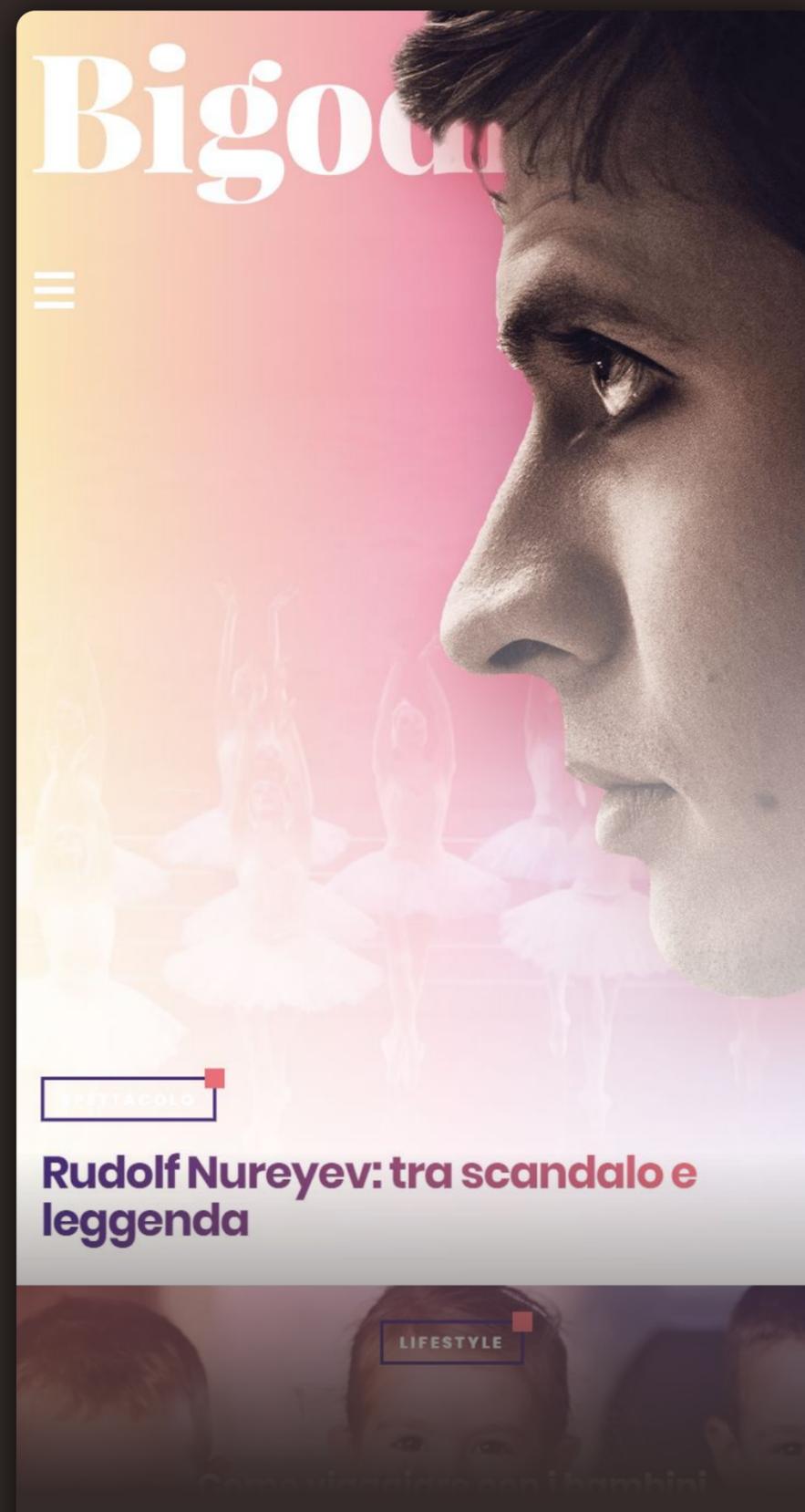
20% 25-34
25% 35-44
55% 45-64



33% NORD
31% CENTRO
34% SUD



46% MAX 27K
38% 27K - 54K
10% MIN 54K



PUNTI DI FORZA

su DAGOSPIA che lei cita come sua fonte ogni tre minuti. Quindi non legge il Fatto e manco Dagospia. (pare vero)

9) Insomma, è sotto testata giornalistica ma le sue fonti non sono i quotidiani, sono Blitchy e trashitaliano.

10) Rimanda un estratto della mia intervista che non ha letto.

Morale: alla fine, per non nominare me e la testata, ha fatto sì che ci nominasse un sacco di gente su twitter, perculandola. Insomma, l'asilo Mariuccia.

Ah, naturalmente io vi racconto tutto questo ma non ho guardato la puntata. Ne ho visto degli estratti su bigodino.ne, sia chiaro.

p.s.

Da stamattina il programma sta cercando disperatamente la Ferricciolo. ;)



BIGODINO.IT è ormai riconosciuto come una fonte di informazione da diversi personaggi (Post di Selvaggia Lucarelli)

SimilarWeb Analyse any Website

Top Websites

Top sites ranking for News And Media >

Magazines and E Zines Italy

Upgrade to see the full list.

Rank	Website
1	B. bigodino.it
2	donnamoderna.com
3	elle.com
4	vice.com

BIGODINO.IT è il 1° sito in Italia per AUDIENCE nel ranking Magazine di **SimilarWeb**

I primi 60 media italiani per total digital audience in aprile secondo Comscore

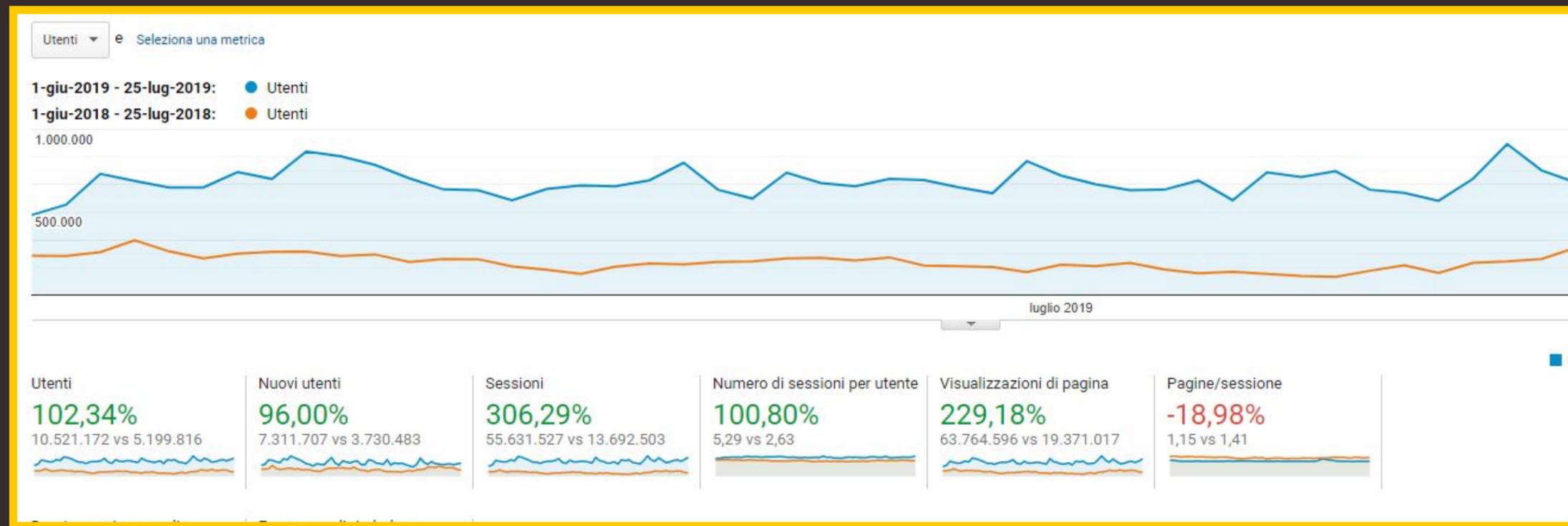
#	Media	Visitatori unici apr. 2019 (000)	Visitatori unici mar. 2018 (000)	Var. %	Pagine viste (000.000)	Minuti (000.000)
Total Internet Audience						
1	Citynews Gruppo Editoriale	23.899	21.776	10	190	244
2	Fanpage	20.809	19.996	4	141	183
3	TGCOM24 Sites	20.567	19.387	6	270	364
4	ILFATTOQUOTIDIANO.IT	14.972	14.730	2	99	150
5	Quotidiano Net Network	14.900	16.150	-8	90	104
6	ILMESSAGGERO.IT	14.382	13.786	4	73	80
7	Donna Moderna Network	13.396	14.259	-6	58	68
8	Corriere Della Sera*	13.071	14.095	-7	183	119
9	Mypersonaltrainer	12.284	13.486	-9	56	61
10	LEGGO.IT	12.149	11.298	8	62	73
11	LIBEROQUOTIDIANO.IT	10.066	9.040	11	123	146
12	Microsoft News	9.460	10.059	-6	332	375
13	TERMOMETROPOLITICO.IT	8.566	14.374	-40	22	28
14	Web365 Network	7.979	7.495	6	52	61
15	Money.it Network	7.931	7.308	9	26	30
16	ARANZULLA.IT*	7.031	7.761	-9	20	19
17	La Gazzetta Dello Sport*	7.022	7.023	-0	125	105
18	ILSOLE24ORE.COM	6.881	6.698	3	62	74
19	UPDAY.COM	6.741	6.919	-3	0	14
20	ILMATTINO.IT	6.243	5.982	4	45	39
21	ALFEMMINILE.COM	6.163	6.358	-3	44	60
22	ILGIORNALE.IT	5.782	5.854	-1	30	21
23	Caffeina Media	5.361	4.535	18	22	27
24	Delta Pictures Editore	5.212	4.027	29	29	36
25	CORRIEREDELLOSPORT.IT	5.031	5.322	-5	51	54
26	ANSA.IT*	4.900	4.556	8	57	96
27	BIGODINO.IT	4.809	4.499	7	16	20
28	TPI.IT	4.588	4.871	-6	10	13
29	BLASTINGNEWS.COM	4.553	4.976	-9	13	14
30	NOTIZIE.IT	4.456	3.214	39	18	23
31	BLITZQUOTIDIANO.IT	4.438	5.153	-14	12	15
32	AFFARITALIANI.IT	4.302	3.592	20	17	18
33	Smartworld.it Sites	4.104	4.124	-0	13	17
34	Le Iene	4.071	4.165	-2	14	23
35	VANITYFAIR.IT*	4.042	2.579	57	16	7
36	ADNKRONOS.COM	4.011	3.802	5	10	13
37	ILGAZZETTINO.IT	3.974	4.078	-3	29	27
38	TISCALI.IT	3.821	3.706	3	222	260
39	Automoto Network	3.557	3.840	-7	40	32
40	ILPOST.IT*	3.394	3.616	-6	10	6
41	TUTTOSPORT.COM	3.323	3.194	4	72	80
42	Elle Network Italia	3.318	2.910	14	7	9
43	GREENME.IT*	3.247	3.065	6	8	5
44	LETTERA43.IT	3.190	4.358	-27	6	6
45	Sky.it Sport HD	3.144	2.879	9	5	18
46	RAI News	3.134	3.433	-9	21	22
47	HDBLOG.IT	3.055	3.098	-1	27	28
48	Grazia Network	2.933	3.558	-18	12	13
49	LASICILIA.IT*	2.842	1.897	50	16	7
50	Biogo	2.837	3.082	-8	8	7
51	FOCUS.IT	2.833	2.834	-0	6	7
52	DILEI.IT*	2.732	2.768	-1	10	4
53	MotorSport Network	2.447	2.684	-9	10	12
54	Nostro Figlio Sites	2.411	2.401	0	6	8
55	Sky.it TG24 HD	2.315	2.433	-5	6	5
56	ROBADADONNE.IT	2.299	1.893	21	7	7
57	ILTEMPO.IT	2.150	2.189	-2	8	6
58	Eurosport Sites	2.142	2.319	-8	11	77
59	GOAL.COM	2.102	1.935	9	9	15

BIGODINO.IT è il 27° sito in Italia per TOTAL DIGITAL AUDIENCE secondo **comScore - APRILE 2019**

FOCUS CRESCITA

Bigodino.it nasce (o rinasce) su una focus audience ben definita che lascia spazio a strategie di gender marketing mirate.

Il sito ha scelto di seguire una strategia di comunicazione che passa quasi esclusivamente da mobile per raggiungere il proprio target di riferimento. Questa scelta che ha premiato negli ultimi 12 mesi in termini di crescita del traffico da social e organico, che segue da due anni un trend positivo.



ANALISI COMPARATIVA DEL TRAFFICO GIU/LUGLIO 2018/2019

- U/U 2019 vs. 2018: **+102%**
- SESSIONS: **+300%**
- **SEO POSITIONING: FIRST PAGE**

SCENARIO & COMPETITOR #1

Comparando Bigodino.it ai suoi competitor primari, SimilarWeb indica che è il secondo sito italiano femminile **PER CATEGORIA** (News & Media) e il terzo **IN ITALIA**.

Category Rank ⓘ

In  News and Media

 bigodino.it	#1,448
 donnamoderna.com	#2,281
 pianetadonna.it	-
 alfemminile.com	-
 vanityfair.it	#882

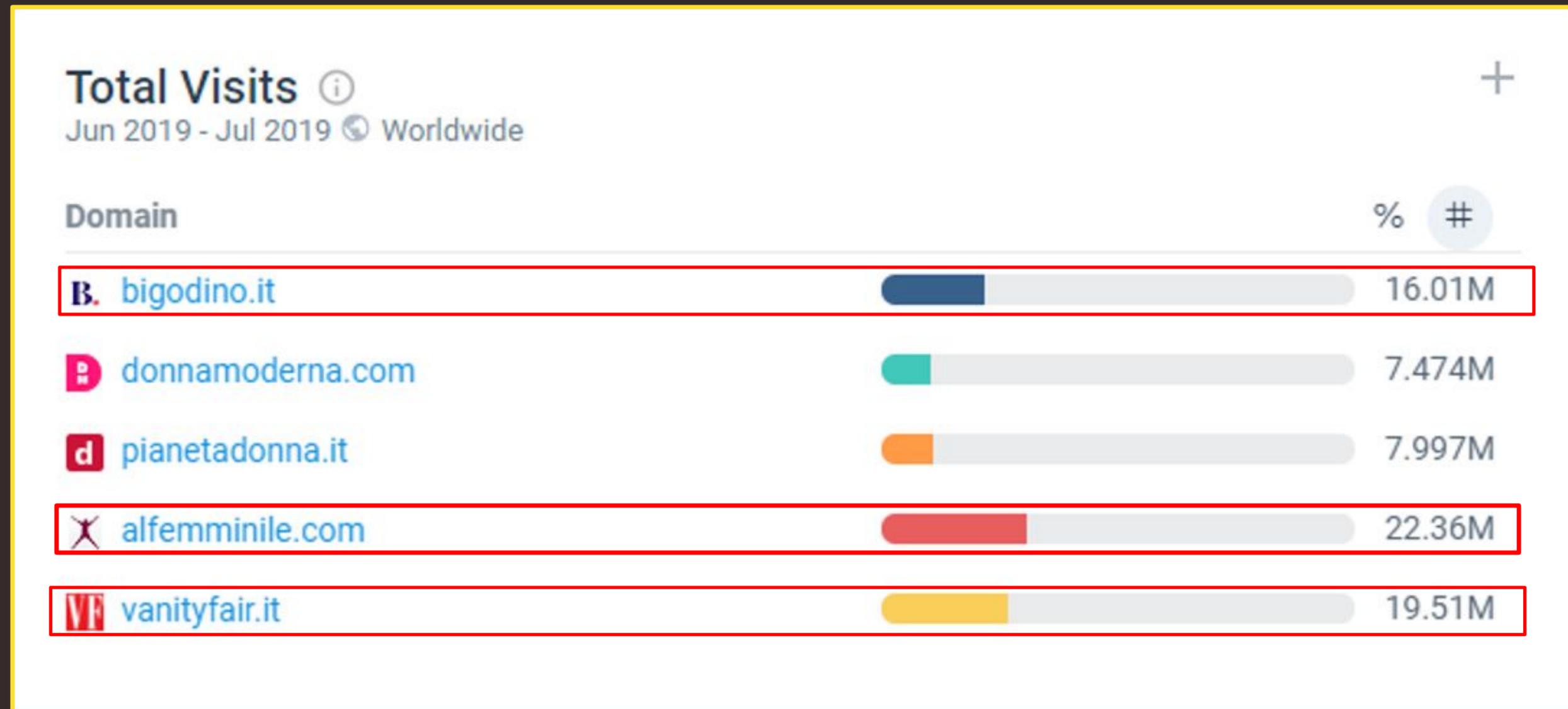
Country Rank ⓘ

Jun 2019 - Jul 2019,  Italy

 bigodino.it	#291
 donnamoderna.com	#511
 pianetadonna.it	#311
 alfemminile.com	#142
 vanityfair.it	#160

SCENARIO & COMPETITOR #2

A luglio 2019, Similarweb rileva che tra i principali siti femminili italiani, Bigodino.it risulta essere il **TERZO**, per **NUMERO DI VISITE**



LIFESTYLE #1

E' il cuore della comunicazione del magazine, la sezione che arriva ad un'audience particolarmente ampia **che arriva per il 90% da mobile**

I contenuti sono generalmente brevi e di impatto. Gossip, psicologia di massa femminile, curiosità e trend sul mondo dell'alimentazione e della salute in generale.

La sezione esprime **l'anima leggera e un po' curiosa di Bigodino**, quella aggiornata costantemente e allineata con l'attualità.

Ideale per operazioni di instant marketing.

LA SEZIONE LIFESTYLE ha generato 21 MILIONI di visualizzazioni di pagina uniche, con un tempo medio di permanenza per pagina di circa 3 MINUTI



News e Lifestyle raggiungono ormai l'80% della propria audience complessiva su dispositivi mobili (Fonte Comscore Mar. 2019)

TOP CONTENT

TOTAL: **740.000/437.000** VIEWS - AVG. TIME **2:30**
min*

SAMPLE
LINK

ADVERTISEMENT

Tumore del colon, sintomi

Tumore del colon, in aumento i casi tra i giovani: ecco 5 sintomi da non sottovalutare

[Home](#) > [Lifestyle](#) > Tumore del colon, sintomi

Tumore del colon, in aumento i casi tra i giovani: ecco 5 sintomi da non sottovalutare. I medici sono piuttosto preoccupati per l'aumento del numero di persone sotto i 50 anni che sviluppano il cancro al colon al giorno d'oggi. Alcuni anni fa la maggior parte dei pazienti con tumore del colon erano anziani, ma ora aumentano i casi tra persone con un'età inferiore ai 50 anni e i giovani hanno 4 volte più probabilità di avere il cancro al colon rispetto al 1990.



SAMPLE
LINK

ADVERTISEMENT

Il gesto meraviglioso di Matthew Resendez

Il gesto meraviglioso di Matthew Resendez, un ragazzo impiegato al Burger King nei confronti di un senzatetto ha fatto il giro del mondo. Ecco cosa ha fatto.

[Home](#) > [Lifestyle](#) > Il gesto meraviglioso di Matthew Resen...

Il gesto meraviglioso di Matthew Resendez non poteva passare inosservato. Il ragazzo, durante il suo turno a Burger King, ha visto un senzatetto che sembrava in difficoltà. L'uomo gli ha chiesto se c'era qualcosa che poteva acquistare con 50 centesimi e il ragazzo gli ha dato una risposta che merita di essere raccontata.



*GOOGLE ANALYTICS GEN - LUG 2019

netaddiction

Bigodino.it

CONNESSO ALLE PASSIONI DELLE DONNE



BIGODINO.IT - OVERVIEW

Bigodino.it è un webzine al femminile che racconta le passioni delle donne alle donne. Le diverse sezioni aggregano un pubblico molto ampio, affine a quello di un generalista, ma le diverse sezioni di approfondimento arrivano a target molto verticali e definibili.

Il main target si concentra in una fascia di età compresa tra i 45 e 65 anni, responsabili d'acquisto

LE SEZIONI DEL SITO: Lifestyle / Spettacolo/Moda / Benessere / Mamma / Cucina / Animali/ Design

6.050.000

UTENTI UNICI

27.000.000

PAGINE VISTE

300.000

SOCIAL FOLLOWER



25% UOMINI
74% DONNE



64% DIPLOMA
36% LAUREA



8% DESKTOP
92% MOBILE



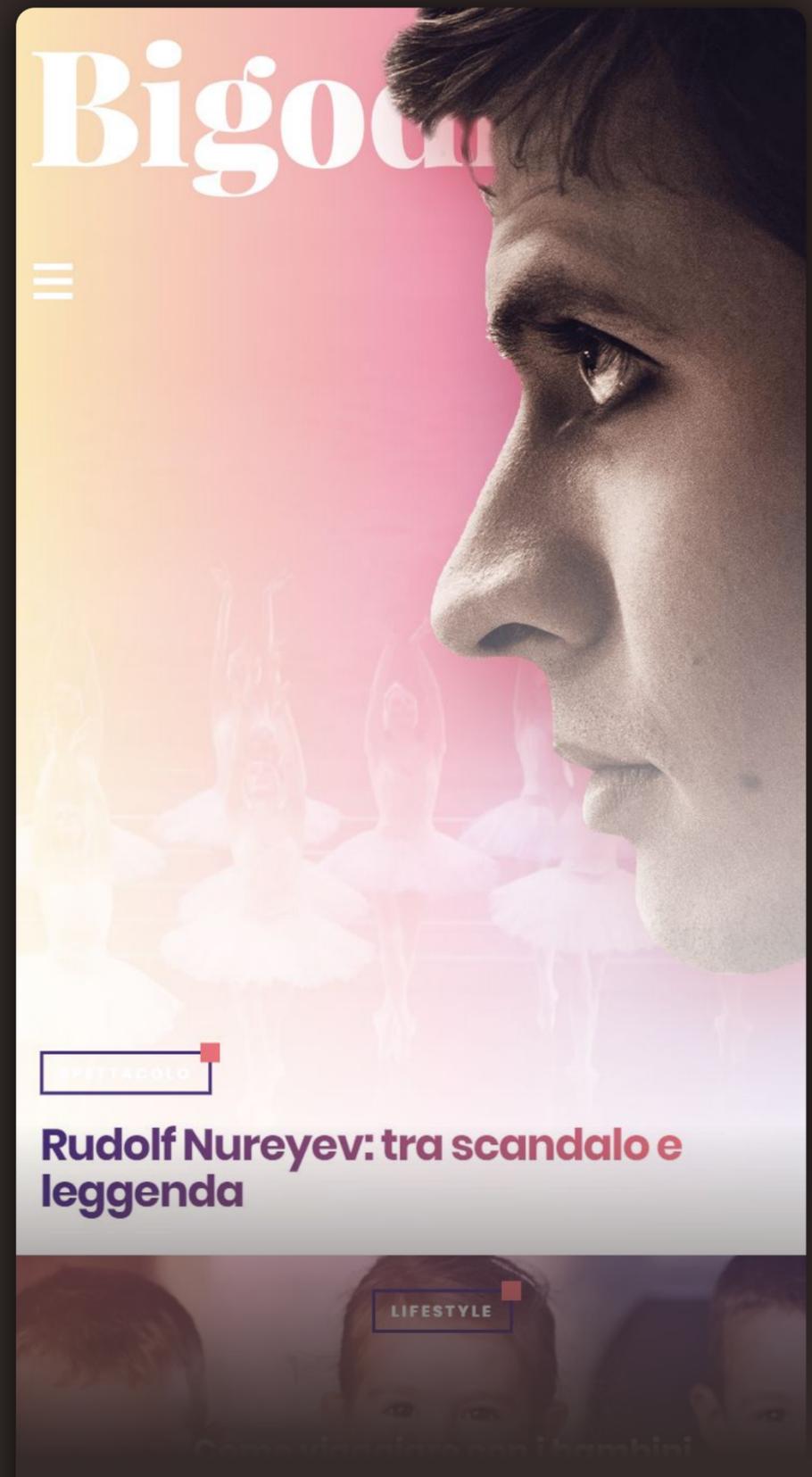
20% 25-34
25% 35-44
55% 45-64



33% NORD
31% CENTRO
34% SUD



46% MAX 27K
38% 27K - 54K
10% MIN 54K



PUNTI DI FORZA

su DAGOSPIA che lei cita come sua fonte ogni tre minuti. Quindi non legge il Fatto e manco Dagospia. (pare vero)

9) Insomma, è sotto testata giornalistica ma le sue fonti non sono i quotidiani, sono Blitchy e trashitaliano.

10) Rimanda un estratto della mia intervista che non ha letto.

Morale: alla fine, per non nominare me e la testata, ha fatto sì che ci nominasse un sacco di gente su twitter, perculandola. Insomma, l'asilo Mariuccia.

Ah, naturalmente io vi racconto tutto questo ma non ho guardato la puntata. Ne ho visto degli estratti su bigodino.ne, sia chiaro.

p.s.

Da stamattina il programma sta cercando disperatamente la Ferricciolo. ;)



BIGODINO.IT è ormai riconosciuto come una fonte di informazione da diversi personaggi (Post di Selvaggia Lucarelli)

SimilarWeb Analyse any Website

Top Websites

Top sites ranking for News And Media >

Magazines and E Zines Italy

Upgrade to see the full list.

Rank	Website
1	B. bigodino.it
2	donnamoderna.com
3	elle.com
4	vice.com

BIGODINO.IT è il 1° sito in Italia per AUDIENCE nel ranking Magazine di **SimilarWeb**

I primi 60 media italiani per total digital audience in aprile secondo Comscore

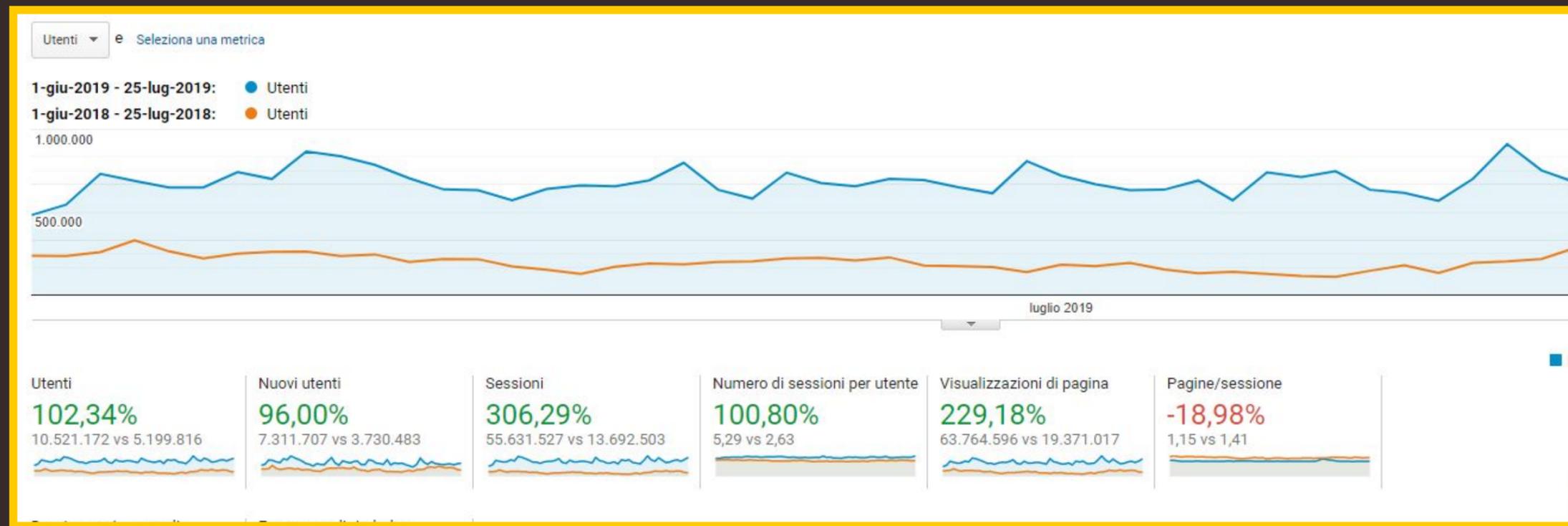
#	Media	Visitatori unici apr. 2019 (000)	Visitatori unici mar. 2018 (000)	Var. %	Pagine viste (000.000)	Minuti (000.000)
Total Internet Audience						
1	Citynews Gruppo Editoriale	23.899	21.776	10	190	244
2	Fanpage	20.809	19.996	4	141	183
3	TGCOM24 Sites	20.567	19.387	6	270	364
4	ILFATTOQUOTIDIANO.IT	14.972	14.730	2	99	150
5	Quotidiano Net Network	14.900	16.150	-8	90	104
6	ILMESSAGGERO.IT	14.382	13.786	4	73	80
7	Donna Moderna Network	13.396	14.259	-6	58	68
8	Corriere Della Sera*	13.071	14.095	-7	183	119
9	Mypersonaltrainer	12.284	13.486	-9	56	61
10	LEGGO.IT	12.149	11.298	8	62	73
11	LIBEROQUOTIDIANO.IT	10.066	9.040	11	123	146
12	Microsoft News	9.460	10.059	-6	332	375
13	TERMOMETROPOLITICO.IT	8.566	14.374	-40	22	28
14	Web365 Network	7.979	7.495	6	52	61
15	Money.it Network	7.931	7.308	9	26	30
16	ARANZULLA.IT*	7.031	7.761	-9	20	19
17	La Gazzetta Dello Sport*	7.022	7.023	-0	125	105
18	ILSOLE24ORE.COM	6.881	6.698	3	62	74
19	UPDAY.COM	6.741	6.919	-3	0	14
20	ILMATTINO.IT	6.243	5.982	4	45	39
21	ALFEMMINILE.COM	6.163	6.358	-3	44	60
22	ILGIORNALE.IT	5.782	5.854	-1	30	21
23	Caffeina Media	5.361	4.535	18	22	27
24	Delta Pictures Editore	5.212	4.027	29	29	36
25	CORRIEREDELLOSPORT.IT	5.031	5.322	-5	51	54
26	ANSA.IT*	4.900	4.556	8	57	96
27	BIGODINO.IT	4.809	4.499	7	16	20
28	TPI.IT	4.588	4.871	-6	10	13
29	BLASTINGNEWS.COM	4.553	4.976	-9	13	14
30	NOTIZIE.IT	4.456	3.214	39	18	23
31	BLITZQUOTIDIANO.IT	4.438	5.153	-14	12	15
32	AFFARITALIANI.IT	4.302	3.592	20	17	18
33	Smartworld.it Sites	4.104	4.124	-0	13	17
34	Le Iene	4.071	4.165	-2	14	23
35	VANITYFAIR.IT*	4.042	2.579	57	16	7
36	ADNKRONOS.COM	4.011	3.802	5	10	13
37	ILGAZZETTINO.IT	3.974	4.078	-3	29	27
38	TISCALI.IT	3.821	3.706	3	222	260
39	Automoto Network	3.557	3.840	-7	40	32
40	ILPOST.IT*	3.394	3.616	-6	10	6
41	TUTTOSPORT.COM	3.323	3.194	4	72	80
42	Elle Network Italia	3.318	2.910	14	7	9
43	GREENME.IT*	3.247	3.065	6	8	5
44	LETTERA43.IT	3.190	4.358	-27	6	6
45	Sky.it Sport HD	3.144	2.879	9	5	18
46	RAI News	3.134	3.433	-9	21	22
47	HDBLOG.IT	3.055	3.098	-1	27	28
48	Grazia Network	2.933	3.558	-18	12	13
49	LASICILIA.IT*	2.842	1.897	50	16	7
50	Biogo	2.837	3.082	-8	8	7
51	FOCUS.IT	2.833	2.834	-0	6	7
52	DILEI.IT*	2.732	2.768	-1	10	4
53	MotorSport Network	2.447	2.684	-9	10	12
54	Nostro Figlio Sites	2.411	2.401	0	6	8
55	Sky.it TG24 HD	2.315	2.433	-5	6	5
56	ROBADADONNE.IT	2.299	1.893	21	7	7
57	ILTEMPO.IT	2.150	2.189	-2	8	6
58	Eurosport Sites	2.142	2.319	-8	11	77
59	GOAL.COM	2.102	1.935	9	9	15

BIGODINO.IT è il 27° sito in Italia per TOTAL DIGITAL AUDIENCE secondo **comScore - APRILE 2019**

FOCUS CRESCITA

Bigodino.it nasce (o rinasce) su una focus audience ben definita che lascia spazio a strategie di gender marketing mirate.

Il sito ha scelto di seguire una strategia di comunicazione che passa quasi esclusivamente da mobile per raggiungere il proprio target di riferimento. Questa scelta che ha premiato negli ultimi 12 mesi in termini di crescita del traffico da social e organico, che segue da due anni un trend positivo.



ANALISI COMPARATIVA DEL TRAFFICO GIU/LUGLIO 2018/2019

- U/U 2019 vs. 2018: **+102%**
- SESSIONS: **+300%**
- **SEO POSITIONING: FIRST PAGE**

SCENARIO & COMPETITOR #1

Comparando Bigodino.it ai suoi competitor primari, SimilarWeb indica che è il secondo sito italiano femminile **PER CATEGORIA** (News & Media) e il terzo **IN ITALIA**.

Category Rank ⓘ

In  News and Media

 bigodino.it	#1,448
 donnamoderna.com	#2,281
 pianetadonna.it	-
 alfemminile.com	-
 vanityfair.it	#882

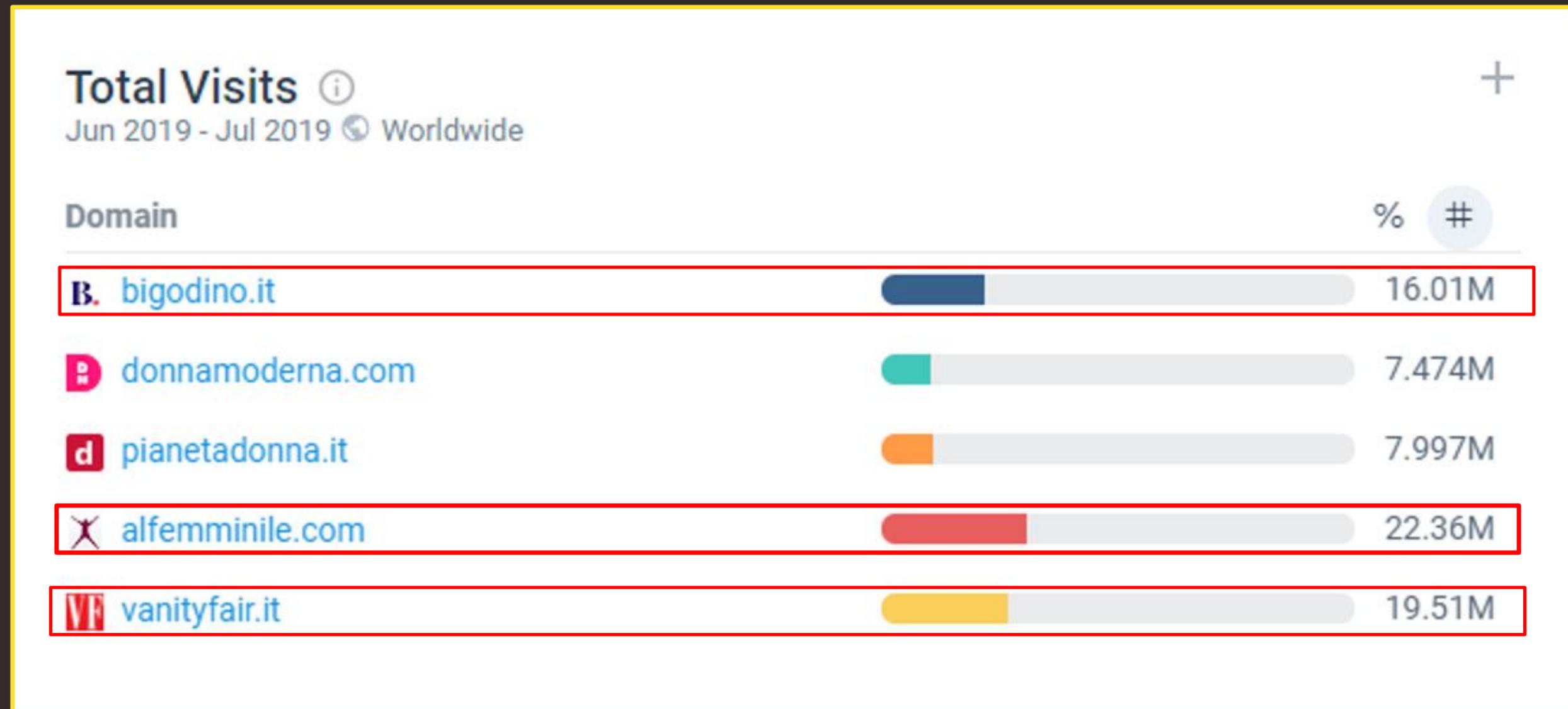
Country Rank ⓘ

Jun 2019 - Jul 2019,  Italy

 bigodino.it	#291
 donnamoderna.com	#511
 pianetadonna.it	#311
 alfemminile.com	#142
 vanityfair.it	#160

SCENARIO & COMPETITOR #2

A luglio 2019, Similarweb rileva che tra i principali siti femminili italiani, Bigodino.it risulta essere il **TERZO**, per **NUMERO DI VISITE**



LIFESTYLE #1

E' il cuore della comunicazione del magazine, la sezione che arriva ad un'audience particolarmente ampia **che arriva per il 90% da mobile**

I contenuti sono generalmente brevi e di impatto. Gossip, psicologia di massa femminile, curiosità e trend sul mondo dell'alimentazione e della salute in generale.

La sezione esprime **l'anima leggera e un po' curiosa di Bigodino**, quella aggiornata costantemente e allineata con l'attualità.

Ideale per operazioni di instant marketing.

LA SEZIONE LIFESTYLE ha generato 21 MILIONI di visualizzazioni di pagina uniche, con un tempo medio di permanenza per pagina di circa 3 MINUTI



News e Lifestyle raggiungono ormai l'80% della propria audience complessiva su dispositivi mobili (Fonte Comscore Mar. 2019)

TOP CONTENT

TOTAL: **740.000/437.000** VIEWS - AVG. TIME **2:30**
min*

SAMPLE
LINK

ADVERTISEMENT

Tumore del colon, sintomi

Tumore del colon, in aumento i casi tra i giovani: ecco 5 sintomi da non sottovalutare

[Home](#) > [Lifestyle](#) > Tumore del colon, sintomi

Tumore del colon, in aumento i casi tra i giovani: ecco 5 sintomi da non sottovalutare. I medici sono piuttosto preoccupati per l'aumento del numero di persone sotto i 50 anni che sviluppano il cancro al colon al giorno d'oggi. Alcuni anni fa la maggior parte dei pazienti con tumore del colon erano anziani, ma ora aumentano i casi tra persone con un'età inferiore ai 50 anni e i giovani hanno 4 volte più probabilità di avere il cancro al colon rispetto al 1990.



SAMPLE
LINK

ADVERTISEMENT

Il gesto meraviglioso di Matthew Resendez

Il gesto meraviglioso di Matthew Resendez, un ragazzo impiegato al Burger King nei confronti di un senzatetto ha fatto il giro del mondo. Ecco cosa ha fatto.

[Home](#) > [Lifestyle](#) > Il gesto meraviglioso di Matthew Resen...

Il gesto meraviglioso di Matthew Resendez non poteva passare inosservato. Il ragazzo, durante il suo turno a Burger King, ha visto un senzatetto che sembrava in difficoltà. L'uomo gli ha chiesto se c'era qualcosa che poteva acquistare con 50 centesimi e il ragazzo gli ha dato una risposta che merita di essere raccontata.



*GOOGLE ANALYTICS GEN - LUG 2019

PET #2

Una sezione interamente dedicata al **mondo PET e ai PET LOVER**, una categoria di persone sempre più attive online con una forte propensione alla condivisione e all'utilizzo dei social media.

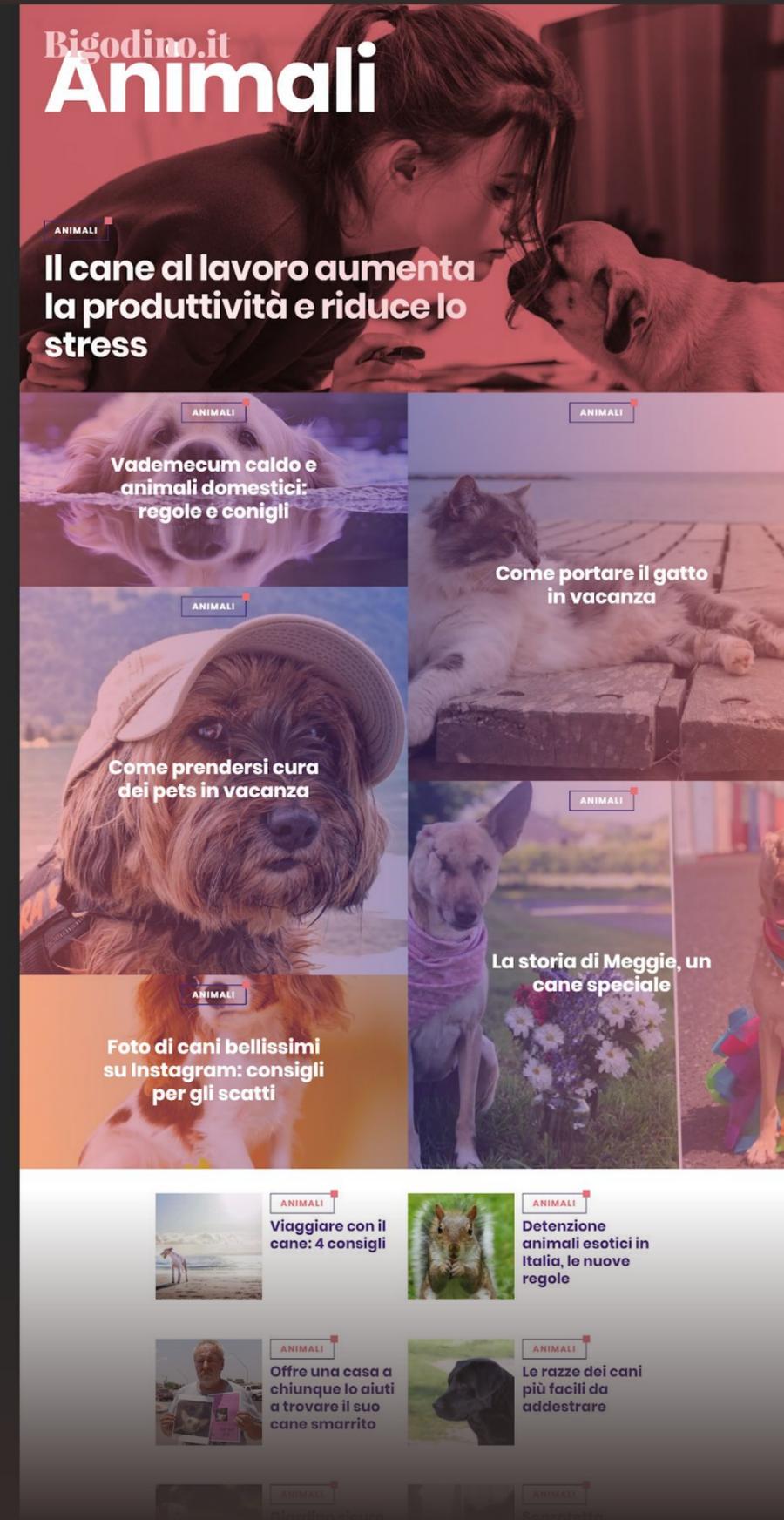
Il pubblico è meno marcatamente femminile, e si profila su un target alto spendente, **con abitudini alimentari di nicchia (vegani e vegetariani).**

Argomenti e temi:

- Ricette facili e veloci per nutrirla al meglio
- Storie di abbandoni e successivi lieti fine
- Aneddoti e curiosità sul mondo animale
- Consigli e suggerimenti per la quotidianità

LA SEZIONE ANIMALI ha generato **26 MILIONI di visualizzazioni di pagina uniche**, con un tempo medio di permanenza per pagina di **circa 4:58 MINUTI**

*GOOGLE ANALYTICS GEN - LUG 2019



TOP CONTENT

TOTAL: **251.000/373.000** VIEWS - AVG. TIME **4:35 min***

SAMPLE
LINK

Un amico che tutti noi dovremo accogliere nelle nostre case

ADVERTISEMENT

Home > Animali > Un amico che tutti noi dovremo accogl...

Lo sappiamo, non vi piacciono gli insetti, i mille piedi o i ragni... non piacciono a nessuno e molte persone hanno, addirittura, una fobia. Ma se notate di avere questo "ospite" a casa, non ammazzatelo perché potrebbe essere uno dei vostri più grandi alleati nella lotta agli insetti sgraditi. Il suo nome scientifico è Scutigera Coleoptrata ed è un artropode chilopode di colore grigio-giallastro.



Trova il cane

ADVERTISEMENT

Trova il cane: è la foto che fa impazzire tutti perché nessuno riesce a vederlo; voi l'avete visto? Ecco la soluzione.

Home > Animali > Trova il cane

Trova il cane è una sfida visiva che sta facendo il giro del mondo. Sembra facile ma non lo è. Il cane c'è ma non si vede perché molto ben mimetizzato. Si tratta di una foto postata da una donna sul suo profilo Facebook che ha fatto impazzire molti. Il motivo? Anche se non sembra, nella foto c'è un cane. Voi riuscite a vederlo?



SAMPLE
LINK

*GOOGLE ANALYTICS GEN - LUG 2019

MAMMA #3

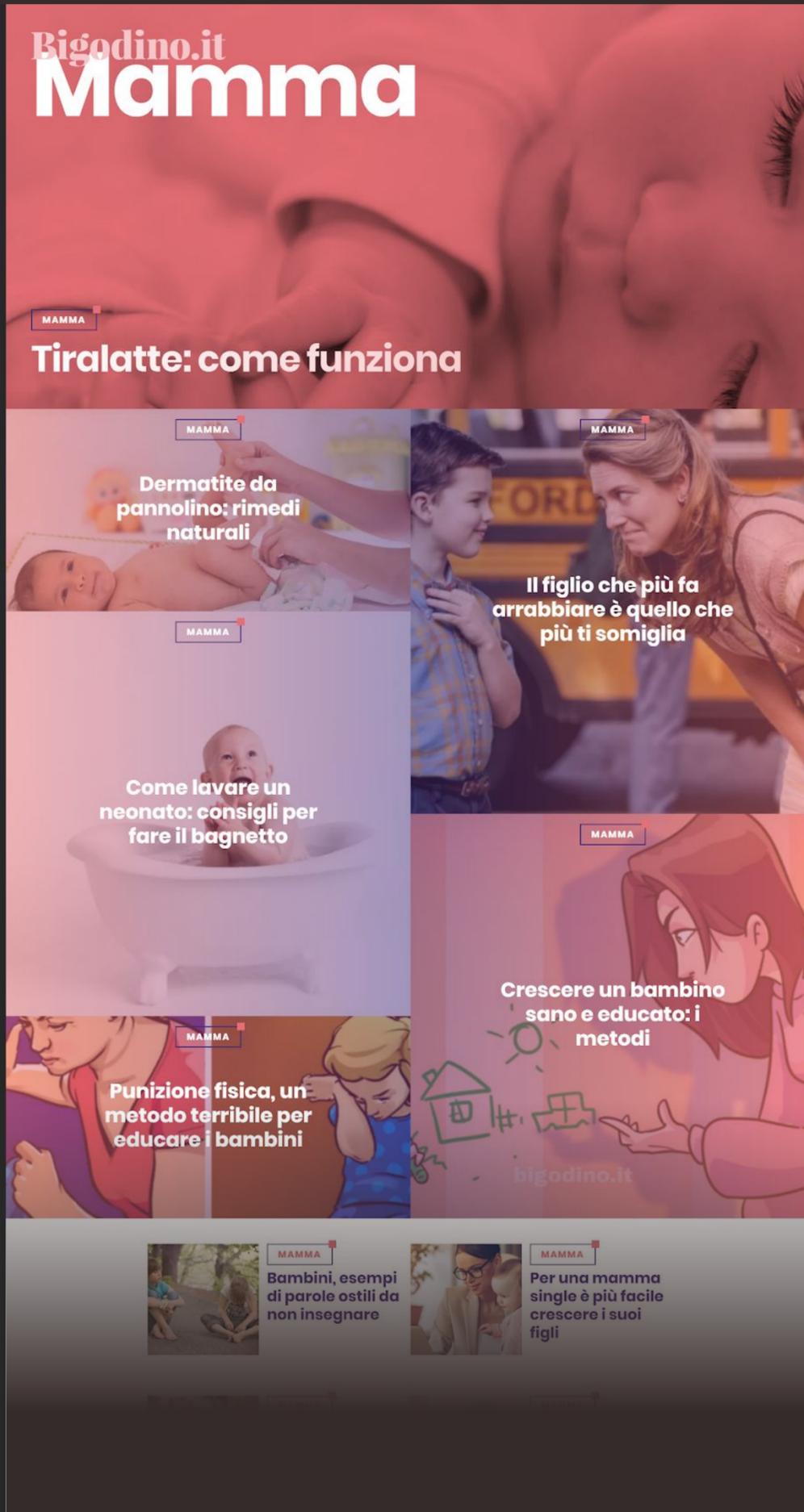
Il target di riferimento si amplia ed abbraccia le donne nella loro globalità.

All'interno **di questa sezione** è possibile intercettare diverse tipologie di contenuti che accompagnano le mamme in tutto il loro percorso di maternità: dal primo test di gravidanza con storie commoventi di annunci, passando per le settimane di gestazione e arrivando infine al parto con consigli e racconti di chi, a sua volta ha vissuto gli stessi momenti.

Una sezione di "pancia" in cui le mamme possono trovare informazioni, consigli e coraggio.

LA SEZIONE MAMMA ha generato **20 MILIONI di visualizzazioni di pagina uniche**, con un tempo medio di permanenza per pagina di **circa 4:26 MINUTI**

*GOOGLE ANALYTICS GEN - LUG 2019



TOP CONTENT

TOTAL: **353.000/151.000** VIEWS - AVG. TIME **4:30 min***

SAMPLE
LINK

Cinque gemelle nate per soffrire molto

ADVERTISEMENT

[Home](#) > [Mamma](#) > Cinque gemelle nate per soffrire molto

Avere due gemelli o terzine è qualcosa di molto speciale, ma dare alla luce quintine è quasi inimmaginabile. Ancora oggi le gravidanze multiple comportano certi rischi, quindi immagina com'era negli anni '30. Così, quando una donna ha dato alla luce cinque bambine identiche 83 anni fa in Canada, nessuno si aspettava che sopravvivessero.



Dermatite da pannolino: rimedi naturali

ADVERTISEMENT

Ecco come alleviare il rossore ai nostri figli, causato dal contatto prolungato con il pannolino.

[Home](#) > [Mamma](#) > Dermatite da pannolino: rimedi naturali

La dermatite da pannolino si verifica quando il sederino del bebè si arrossa, a causa del contatto continuo con il pannolino. Si tratta di un problema molto comune, che si risolve piuttosto facilmente, ma serve molta cura e attenzione. Ecco i **rimedi naturali per la dermatite da pannolino**.

Come alleviare il rossore



SAMPLE
LINK

*GOOGLE ANALYTICS GEN - LUG 2019

DETTAGLIO #4

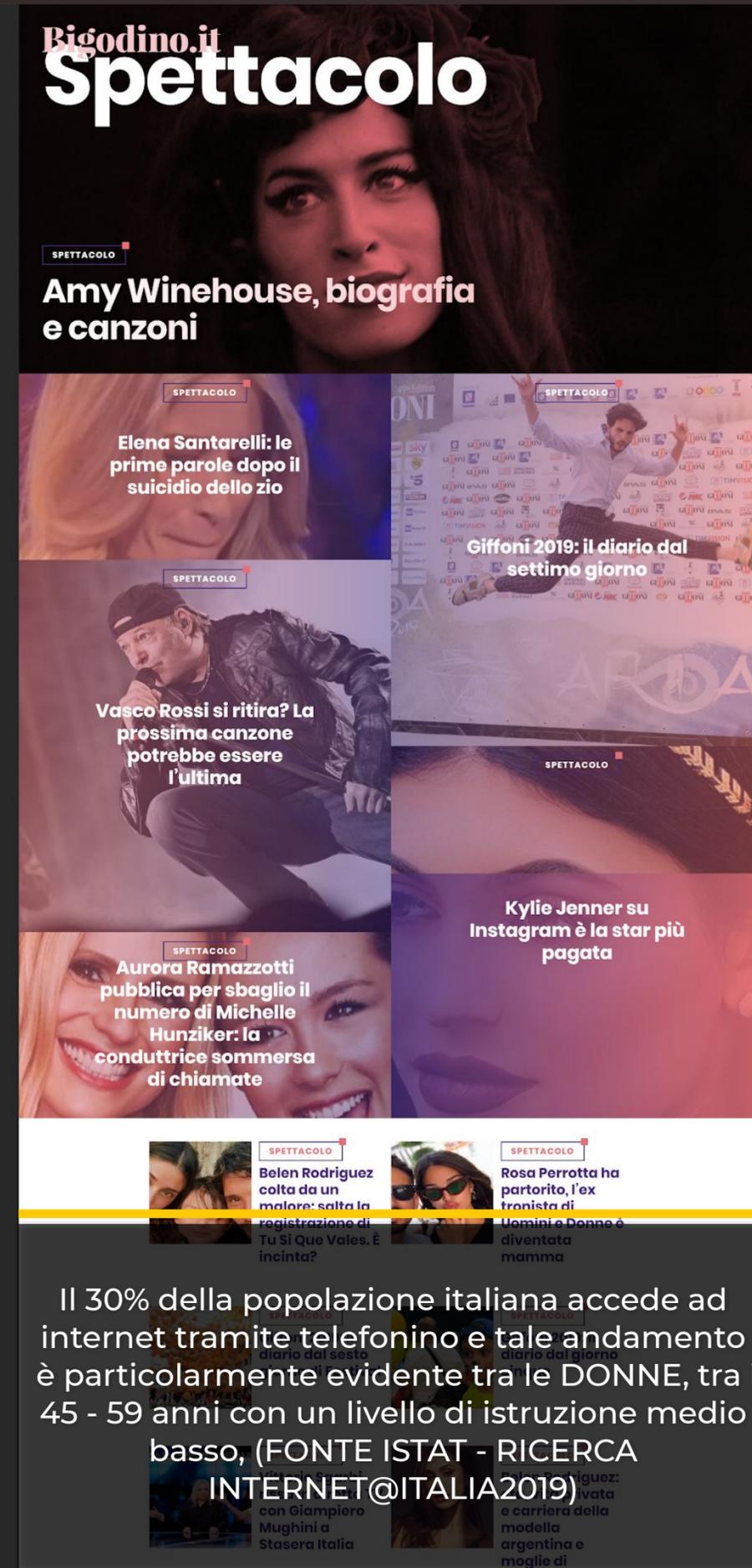
LA SEZIONE **Spettacolo**

Tra le sezioni più lette, è quella che nel sito sta crescendo di più, portando l'audience ad allinearsi sempre di più con quella dei magazine generalisti e di intrattenimento, come Fanpage e Dagsopia

Attualità, gossip, celebrities del mondo del cinema, dei social network e della TV: qui Bigodino.it diventa lo strumento di intrattenimento per eccellenza, con un traffico proveniente per metà da motore di ricerca, indice di una straordinaria indicizzazione del sito.

LA SEZIONE MAMMA ha generato **24 MILIONI di visualizzazioni di pagina uniche**, con un tempo medio di permanenza per pagina di **circa 4:13 MINUTI**

*GOOGLE ANALYTICS GEN - LUG 2019



Il 30% della popolazione italiana accede ad internet tramite telefonino e tale andamento è particolarmente evidente tra le DONNE, tra i 45 - 59 anni con un livello di istruzione medio basso, (FONTE ISTAT - RICERCA INTERNET@ITALIA2019)

TOP CONTENT

TOTAL: **447.000 / 280.000** VIEWS - AVG. TIME **3:40 min***

SAMPLE
LINK

Milly Carlucci e il suo dramma: "Ho perso tutto"

ADVERTISEMENT

Si lascia andare Milly e in lacrime confessa di aver perso tutto

Home > Spettacolo > Milly Carlucci e il suo dramma: "Ho pers...

Milly Carlucci non ce la fa più a tenersi tutto dentro e oggi vuole raccontare il periodo devastante che ha passato e il dramma che l'ha ridotta in lacrime più e più volte. Lei stessa decide di raccontare tutto al settimanale Chi.



SAMPLE
LINK

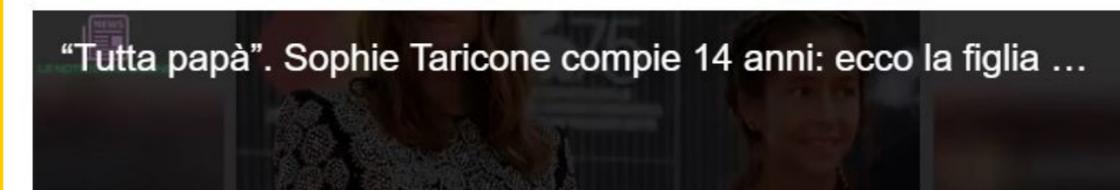
Pietro Taricone: 9 anni dalla sua morte, ecco com'è oggi Sophie Taricone, sua figlia 14 enne

ADVERTISEMENT

Pietro Taricone ci lasciava 9 anni fa dopo un tragico incidente con il paracadute, al tempo Sophie Taricone aveva 5 anni. Eccola oggi

Home > Spettacolo > Pietro Taricone: 9 anni dalla sua morte, ...

Pietro Taricone ci ha lasciato ormai 9 anni fa a seguito di un brutto incidente con il paracadute. In pochi erano a conoscenza del fatto che l'attore al tempo avesse una **figlia** di soli 5 anni, oggi **Sophie Taricone** ha compiuto 14 anni ed è la fotocopia del padre. Andiamola a vedere



*GOOGLE ANALYTICS GEN - LUG 2019

I SOCIAL NETWORK

TARGET AFFINI

SOCIAL MEDIA STRATEGY

Grazie ad una buona struttura e ad un team interno dedicato, i partner hanno la possibilità di accedere **a progetti ed idee creative** ad hoc e in linea con il tone of voice del proprio brand.

Netaddiction è infatti in grado di ideare campagne pubblicitarie sfruttando i più moderni strumenti di social media marketing raggiungendo **target altamente profilati** e con risultati misurabili, grazie all'**ottimizzazione dei budget investiti in ADS**.

La forza di Bigodino.it risiede nella **collaborazione attiva e proattiva delle diverse pagine collegate alla testata**.

Grazie a una strategia cross account il messaggio pubblicitario viaggia attraverso **community diverse**, con un **alto tasso di viralità**.

Bigodino.it
LIMITED EDITION

B.

CHIARA FERRAGNI
Bigodino è l'ingrediente che mancava nella mia Blonde Salad estiva!

SELVAGGIA LUCARELLI
Ho un Bigodino per capello e mi scappa un editoriale dei miei!

7.000.000
DI U.U. MENSILI!

medi
netaddicti



**20 milioni di
social fan**

+70 fanpage

**120.000.000
reach
settimanale**

ESEMPI - VISUAL CONTENT & MEME



MEME - SOCIAL TEASING

FB & IG

BRANDED CONTENT E SOCIAL MEDIA STRATEGY

EMOJI

TARGET: DONNA CON BAMBINO 25 - 44 ANNI



VISUAL CONTENT

FB

BRANDED CONTENT E SOCIAL MEDIA STRATEGY

PETER RABBIT

TARGET: DONNA CON BAMBINO, FAMILY



VISUAL CONTENT

FB & IG

SOCIAL MEDIA STRATEGY E SERVICE CREATIVO

RED JOAN

TARGET: DONNA ADULTA AD ALTA SCOLARIZZAZIONE

MONDO MAMMA

Un target molto attivo e ricettivo. Quella della donna con bambino è da sempre un focus importante per la comunicazione di tanti brand e al centro di molte strategie di comunicazione. Netaddiction sfrutta il circuito per amplificare i contenuti editoriali della **SEZIONE MAMMA di Bigodino.it** e del neo sito verticale, **MammastoBene.it**.

1.100.000

FOLLOWER TOTALI

5.700.000

REACH MEDIO SETTIMANALE

7 PAGINE

ATTIVE ED AGGIORNATE

**IL DIARIO DELLA
MAMMA**

FanPage

445.000

FOLLOWER

3.200.000

WEEKLY REACH

**MAMME E DOLCE
ATTESA**

FanPage

156.000

FOLLOWER

950.000

WEEKLY REACH

**MAMMA PAPA'
PORTATEMI AL
CINEMA**

FanPage

138.000

FOLLOWER

97.000

WEEKLY REACH

ESSERE MAMMA

Fanpage

176.000

FOLLOWER

853.000

WEEKLY REACH

PET LOVERS

Parliamo della community degli amanti degli animali più grande d'Italia. **5 milioni di fan** che ogni giorno interagiscono all'interno di circa 20 pagine e gruppi di interesse attive su Facebook. A seguire qualche numero e le pagine principali del network che si alimenta e amplifica i contenuti di 3 siti: **Bigodino.it, sezione PET, IlMioCaneLeggenda.it, IlMioGattoeLeggenda.it.**

5.000.000

FOLLOWER TOTALI

6.500.000

REACH MEDIO SETTIMANALE

20 PAGINE

ATTIVE ED AGGIORNATE

**IL MIO CANE E'
LEGGENDA**

FanPage

900.000

FOLLOWER

4.500.000

WEEKLY REACH

**IL MIO GATTO E'
LEGGENDA**

FanPage

439.000

FOLLOWER

3.400.000

WEEKLY REACH

**GATTO MIAO &
CANE BAU**

FanPage

256.000

FOLLOWER

186.000

WEEKLY REACH

IL MIO CANE BAU

Fanpage

306.000

FOLLOWER

718.000

WEEKLY REACH

EXTRA - BONUS PUBBLICITA'

Bonus pubblicità 2019, prende il via la fase di invio della domanda per l'accesso al credito d'imposta sugli investimenti pubblicitari incrementali. Continua ad essere rivolto a professionisti ed imprese che investono in pubblicità incrementando almeno dell'1% l'investimento rispetto all'anno precedente.

Le domande e i moduli per la richiesta del credito d'Imposta sono da presentare entro il 31 ottobre.

LO STATO TI RIMBORSO FINO AL 75%*

Credito d'imposta per gli investimenti pubblicitari incrementali

Il riconoscimento dell'agevolazione resta legato alla verifica dell'incremento dell'investimento in pubblicità effettuato da imprese su quotidiani, periodici, TV e radio locali, ma cambia l'importo percentuale del bonus riconosciuto nonché la scadenza per l'invio della domanda d'accesso.

La misura dell'incentivo a partire dal 2019 viene confermata al 75% del valore incrementale degli investimenti pubblicitari effettuati, per tutte le imprese.

La scadenza per le domande di accesso all'incentivo viene rinviata, per il 2019, al 31 ottobre.

La dichiarazione delle spese 2019 sarà da presentare dal 1° al 31 ottobre.

* (D.L. 58/2019 Bonus pubblicità strutturale del 2019)



ACTIVISION

SONY



CANDY

vodafone



Disney



PANINI COMICS

LUCKY RED



MEDUSA

KENWOOD



Foot Locker



BiM
DISTRIBUZIONE



UBISOFT

netaddiction



BRADYGAMES

SERGIO BONELLI EDITORE

LATTERIE
inalpi



BABBÌ
esploratori di dolcezza

SCAVOLINI

PARMIGIANO
REGGIANO



RAI CINEMA S.p.A.



MOLINO
QUAGLIA

Canon



PONTI
DAL 1867

infinity



TIM





AREA ADVERTISING

adv@netaddiction.it

AREA MARKETING E CONTENT MARKETING

marketing@netaddiction.it