



# Operazioni di mercato Datrix acquisisce la tech company Adapex

## Operazioni di mercato Datrix prosegue nella sua espansione internazionale e acquisisce la tech company Adapex

Il Gruppo, specializzato in soluzioni di Intelligenza Artificiale, accelera sul fronte della Data Monetization

Il gruppo Datrix ha acquisito la statunitense Adapex, tech company che aiuta gli editori e, più in generale, i produttori di contenuti a massimizzare i ricavi da attività di Data Monetization, il cui mercato globale (inclusi i risultati pubblicitari) nel 2020 ha raggiunto 170 miliardi di dollari, nel 2023 si stimano 371 miliardi grazie all'accelerazione digitale impressa dal Covid, alla crescita vertiginosa della quantità di dati disponibili (negli ultimi due anni i dati sono cresciuti del 100% anno su anno) e al rapido sviluppo dei sistemi di analisi e attivazione dati basati su Intelligenza Artificiale. Per questo motivo sempre più organizzazioni si stanno attivando per generare nuovi ricavi dai dati raccolti attraverso i tanti canali digitali oggi a loro disposizione. Non solo editori, ma anche retailer, società di servizi, banche, brand con attrattivi contenuti digitali e produttori di app. Datrix, tramite la neo-costituita Datrix US, con questa operazione acquisisce il 100% della società americana e Debra Fleenor, Founder & President di Adapex, entra a far parte dell'Executive Management Team del gruppo.

### ENTRATE IN CRESCITA

Il network di Adapex annovera già oltre 700 siti, 400 milioni di visitatori unici mensili, oltre 20 miliardi di impression mensili, traffico di alta qualità con la possibilità da parte degli advertiser di mirare ad una viewability del 70-80-90% e alla geo-localizzazione fino al codice postale. Ognuno degli oltre 100 nuovi siti entrati nell'ultimo anno nell'ad network di Adapex ha visto migliorare le entrate pubblicitarie dal 40% al 400%. Negli ultimi 3 anni Adapex è cresciuta anno su anno del 100% in termini di ricavi e siti gestiti. Le soluzioni e i servizi offerti comprendono la gestione completa dello stack pubblicitario, la strategia di monetizzazione, l'ottimizzazione della redditività, il controllo della qualità e della conformità regolamentare (inclusa quella importantissima a protezione della privacy degli utenti online). La tech suite M4 di Adapex è composta da quattro strumenti, tutti plug & play: "Matrix", dashboard di analisi che estrae e normalizza i dati di tutte le piattaforme di programmatic advertising, in modo da verificare i principali KPI fino al livello di singola unità pubblicitaria; "Merlin", wrapper personalizzato per

l'header bidding; "Magma", console onpage per l'ottimizzazione e la risoluzione dei problemi in tempo reale; "Magnify" integrazione automatica e immediata con i principali fornitori di soluzioni di identity.

### I VANTAGGI DELL'ACCORDO

"L'entrata di Adapex nel nostro gruppo - ha dichiarato il Ceo di Datrix Fabrizio Milano d'Aragona - rappresenta una tappa importante nella nostra strategia di espansione. In primo luogo, ci dà l'opportunità di entrare strutturalmente in un mercato strategico e, per tutte le nostre aree di business, prospetticamente ad altissima crescita come quello del Nord America. L'acquisizione inoltre rinforza in modo importante la nostra offerta in un'area, come quella della data monetization pubblicitaria, chiamata ad affrontare la rivoluzione cookie-



less, destinata a dare scossoni al mercato e accelerare l'adozione di tecnologie come le nostre basate sui first party data e sulle soluzioni di Intelligenza Artificiale.

L'operazione, infine, rappresenta un riconoscimento evidente della tecnologia d'avanguardia di Datrix anche in un Paese molto avanzato come gli Stati Uniti".

### TRE DIRETTIVE

"Devo innanzitutto ringraziare il mio team per i fantastici risultati fin qui raggiunti. Abbiamo scelto di entrare a far parte del gruppo Datrix - ha dichiarato Debra Fleenor, Founder & President di Adapex - per il suo approccio che rispetta e fa leva sulle differenze in modo da ampliare ancora di più le nostre opportunità di crescita. Abbiamo tre direttrici: la prima è l'integrazione dell'Intelligenza Artificiale nelle nostre soluzioni di massimizzazione ricavi dalla data monetization offerta ai Publisher, così da permettere una sempre più dettagliata profilazione degli utenti e conseguente preciso targeting; la seconda è l'allargamento del nostro network ad organizzazioni diverse dagli Editori; la terza è la continua espansione nel mercato USA grazie anche alle sinergie che potremmo attivare con le altre realtà del gruppo Datrix e contestualmente l'acquisizione di quote di mercato europeo".

Data: 09.11.2021      Pag.: 1,22  
Size: 357 cm2      AVE: € .00  
Tiratura:  
Diffusione:  
Lettori:



Ritaglio Stampa ad uso esclusivo del destinatario. Non riproducibile

