

CATANIA, Italia, September 11, 2013 /PRNewswire/ --

Neodata Group, società italiana specializzata in tecnologie per l'editoria digitale, ha integrato la piattaforma RTB di PubMatic nell'ad server proprietario [ad.agio].

Grazie all'accordo **i publisher che utilizzano l'ad server di Neodata [ad.agio]**, tra cui spiccano marchi italiani e internazionali come RAI, Mediaset, Tiscali, 4WMarketplace, **potranno accedere ai servizi RTB e Private Marketplaces da un'unica interfaccia e senza la necessità di inserire nuovi tags in pagina**.

Le campagne in vendita diretta gestite da [ad.agio] possono essere messe in competizione con le offerte veicolate attraverso la piattaforma RTB di PubMatic, con vantaggio per tutti: gli inserzionisti individuano impression a target profilate attraverso le informazioni fornite dai publishers e integrate con i third party data resi disponibili da PubMatic, mentre publishers e concessionarie vendono i loro spazi al miglior prezzo che il mercato è disposto a pagare, aprendo il premium inventory ad un bacino di inserzionisti internazionale e vastissimo.

Altre caratteristiche dell'accordo tra Neodata e PubMatic rendono la piattaforma unica e in grado di rimuovere alcune barriere fondamentali che hanno rallentato l'adozione del Real Time Bidding in Italia:

- **Gestione RTB personalizzata:** il publisher può stabilire priorità e limitazioni da assegnare alle campagne di Real Time Bidding. Sceglie se mettere l'invenduto a disposizione dell'RTB, oppure metterlo in competizione con le campagne a vendita diretta, se rendere disponibili tutte le posizioni o soltanto alcune, se aprire tutto il bacino all'RTB o solo una parte, e può anche impostare limiti di frequenza.
- **Creative Review** consente a publishers e concessionarie di approvare preventivamente le creatività che potranno essere erogate sulle loro properties, così da avere totale controllo su ciò che viene pubblicato: possono escludere pubblicità trash o dai contenuti non consoni con l'immagine dei marchi che ospitano le campagne prima ancora che l'asta venga battuta

- **Private MarketPlace** permette di creare un ambiente di contrattazione preferenziale tra il publisher e un gruppo selezionato di inserzionisti o di agenzie, dove gli spazi pubblicitari sono messi all'asta tra un numero ristretto di concorrenti considerati "premium" prima di essere resi disponibili a chiunque acceda alla piattaforma RTB.

- **Audience Analysis integrata**: i publishers che utilizzano anche la soluzione di Audience Analysis di Neodata possono arricchire le impression profilate con informazioni dettagliate sugli interessi degli utenti e sulla loro interazione con i contenuti editoriali e pubblicitari, aumentando di fatto il valore delle impression in vendita.

Ulteriori vantaggi della soluzione integrata sono interfaccia e reportistica personalizzabili e assistenza tecnica garantita da un unico referente, disponibile in lingua italiana, 24 ore su 24. Inoltre l'ad server può erogare qualunque formato su qualunque dispositivo fisso o mobile, compresi set top boxes e SmartTV

"Questo accordo è un win-win e un passo avanti importante sia per noi, sia per PubMatic" aggiunge Giovanni Giuffrida, CEO di Neodata. "Diamo ai nostri publishers tutti i vantaggi economici del Real Time Bidding, arginando al contempo i rischi che il sistema dell'asta porta con sé, non ultimo quello assai temuto della pubblicazione sul proprio sito di pubblicità spazzatura. A PubMatic apriamo invece una corsia preferenziale per entrare nel mercato italiano, di cui oggi ormai gestiamo una porzione consistente."

"La soluzione integrata è già in uso da Vevisible (ex Tiscali Advertising)" aggiunge Giuffrida. "Siamo pronti ad estenderla a tutti i nostri clienti e a chiunque voglia aprirsi al mondo dell'RTB appoggiandosi ad una delle piattaforme più affidabili e conosciute di sempre, quella di PubMatic, ma già integrata in un ad server tutto italiano e totalmente personalizzabile, capace di profilare gli utenti unici grazie alle sue funzionalità di audience analysis.

E' solo quando Big Data ed erogazione ottimizzata s'incontrano che si genera valore per tutti gli attori dell'advertising online, e oggi non si può parlare di erogazione ottimizzata senza aprirsi al Real Time Bidding."

Rob Jonas, VP e MD EMEA e APAC di PubMatic, aggiunge: "PubMatic si impegna a garantire

che anche in Italia il Real Time Bidding sia sempre una scelta di valore per i publishers, le concessionarie e gli inserzionisti. Il nostro accordo con Neodata aiuta ad accelerare l'adozione della nostra piattaforma tra i premium publishers italiani, che attraverso di essa possono gestire sia l'inventario premium, sia l'invenduto, su desktop, tablet e dispositivi mobili."

## About Neodata

Presente sul mercato italiano dal 2004, Neodata Group è fornitore leader di soluzioni di ad-serving per i publishers. Grazie alla sua passione per la tecnologia e al rapporto di collaborazione costante che ha scelto di instaurare con i propri clienti, ha sviluppato soluzioni per la gestione dei contenuti editoriali oltre che pubblicitari. Con uffici a Milano, Catania e Los Angeles

, Neodata si conferma partner d'eccellenza dei top publishers italiani, tra cui Mediaset, La Repubblica, EditorialeDomus, Seat PagineGialle, Tiscali e Rai Pubblicità.

<http://www.neodatagroup.com>

## About PubMatic

Dal 2006 PubMatic è pioniera nello sviluppo di tecnologie innovative che aiutino i publishers ad automatizzare i processi di valutazione e vendita dell'inventario pubblicitario. PubMatic offre ai publishers una piattaforma per la vendita in tempo reale di spazi pubblicitari, per la gestione del fatturato e della propria strategia di brand. La piattaforma combina real-time bidding (RTB), strumenti completi di protezione del brand, ottimizzazione unificata delle campagne e dati di audience, e serve i principali publishers nel mondo. PubMatic è una società privata supportata dai fondi d'investimento August Capital, Draper Fisher Jurvetson, Nexus Venture Partners ed Helion Ventures, ed ha uffici negli Stati Uniti, in Europa e in Asia. <http://www.pubmatic.com>

SOURCE Neodata Group