



Informazione Adnkronos partecipa al progetto NESSIE per migliorare la qualità delle news

UPA

UTENTI PUBBLICITÀ ASSOCIATI

Adnkronos è il primo editore a partecipare al progetto NESSIE (Next Generation System for Strategic Insights Exploitation), la Data Management Platform lanciata da Upa, associazione che riunisce i più importanti investitori in pubblicità e comunicazione in Italia. Con oltre 15 mln di visitatori unici e 30 mln di pagine visitate ogni mese, il portale del gruppo Adnkronos potrà contribuire alla crescita di NESSIE. In piena crisi Covid, adnkronos.com è risultato il sito di agenzia di stampa più consultato dagli italiani, con un picco di oltre 16 milioni di utenti unici e più di 80 milioni di pagine viste, arrivando alla dodicesima posizione della classifica ComScore relativa ai siti di informazione.

DATA DRIVEN

L'accordo è un ulteriore passo verso l'approccio completamente data driven da parte di Adnkronos e grazie al supporto di NESSIE, il Gruppo potrà conoscere meglio e più in profondità i propri lettori, arrivando a identificare gruppi omogenei in relazione a interessi tematici e/o abitudini di lettura, fino a classificare passioni e caratteristiche identificative. L'approfondita analisi delle performance, incrociata con le specificità di tutti i

La piattaforma, creata da Upa e sviluppata in collaborazione con Neodata Group, acquisirà le abitudini di lettura su adnkronos.com e restituirà informazioni utili a raffinare l'offerta di notizie



cluster individuabili nell'audience, consentirà anche una migliore individuazione degli argomenti destinati a costituire oggetto di interesse e discussione trasversale. Di fatto un ausilio strategico per una redazione che deve giornalisticamente individuare in tempo reale i temi caldi della giornata.

IL DATA LAKE

Tra le principali funzioni di NESSIE la realizzazione di un data lake condiviso fra le aziende: questa piattaforma tecnologica per la raccolta e codificazione dei dati permette ai partner di arricchire vicendevolmente i cookie rilasciati da chi transita sui propri siti o raccolti su diversi device, attraverso algoritmi di intelligenza artificiale applicati ai dati. Il software è stato sviluppato da Neodata, che assicura la gestione della piattaforma

e il processo avviene in modalità 'peer-to-peer', senza compravendita di dati. Il set di attributi di profilazione comune è costituito da età, sesso, posizione geografica e categorie di interessi.

INFORMAZIONE PERSONALIZZATA

"L'informazione in formato digitale è ormai lo standard riconosciuto e più fruito nel mondo, specie grazie alla possibilità della consultazione in tempo reale su smartphone. Per un editore che deve gestire contenuti sul filo dei minuti al fine di soddisfare un'audience di queste dimensioni è fondamentale poter contare su informazioni precise, puntuali, sempre più dettagliate in relazione a quelli che sono interessi, comportamenti, cluster di lettori. È anche in questo modo che il gruppo Adnkronos potrà sempre di più lavorare in



ottica di un'informazione di qualità, professionalmente mediata, veloce ma anche e soprattutto personalizzata sui reali interessi del lettore, sia esso un amministratore, un manager, un cittadino", dichiara Pietro Giovanni Zoroddu, direttore generale del Gruppo Adnkronos.

DOPO UN ANNO

Il progetto è un'iniziativa promossa da Upa, operativa dall'autunno del 2019, e realizzata in partnership con Neodata Group, società specializzata in digital innovation e big data. A NESSIE hanno fino a oggi aderito formalmente e con piena modalità operativa aziende come Bolton, Henkel, Nestlé, Perfetti, Piaggio e Valsoia. "Siamo lieti di potere annoverare - ha dichiarato Vittorio Meloni, Direttore Generale di Upa - un editore importante come Adnkronos tra i partecipanti al progetto, una piattaforma innovativa che punta a offrire al mercato dati utili alla profilazione della clientela e alla pianificazione sempre più mirata degli investimenti in advertising digitale. NESSIE, che ha ormai alle spalle quasi un anno di piena operatività, è già oggi in grado di offrire un servizio molto apprezzato che sta raccogliendo un interesse crescente anche presso operatori della pubblicità, centri media, editori".

AZIENDE

Adnkronos aderisce al progetto Nessie ideato da Upa

Adnkronos è il primo editore a partecipare al progetto Nessie (acronimo di Next gEneration System for Strategic Insights Exploitation), Data Management Platform lanciata da Upa e realizzata in partnership con Neodata Group. Con oltre 15 mln di visitatori unici e 30 mln di pagine visitate ogni mese, il portale del gruppo Adnkronos potrà contribuire alla crescita di Nessie. In piena crisi Covid, adnkronos.com è risultato il sito di agenzia di stampa più consultato dagli italiani, con un

picco di oltre 16 milioni di utenti unici e più di 80 milioni di pagine viste, arrivando alla dodicesima posizione della classifica ComScore relativa ai siti di informazione. L'accordo è un ulteriore passo verso l'approccio completamente data driven da parte di Adnkronos e grazie a Nessie, il gruppo potrà conoscere meglio e più in profondità i propri lettori, arrivando a identificare gruppi omogenei in relazione a interessi tematici e/o abitudini di lettura. Tra le principali funzioni di Nessie



la realizzazione di un data lake condiviso fra le aziende permettendo ai partner

di arricchire vicendevolmente i cookie rilasciati da chi transita sui propri siti.



Organizzato da

FRANKIESHOWBIZ

Con il patrocinio di



Main Sponsor



Sponsor



Media Partner



Con il sostegno di

Cultural Partner



Con il contributo di



In collaborazione con



Web Media Partner



Nell'ambito di





Adnkronos è il primo editore a partecipare al progetto NESSIE (Next gEneration System for Strategic Insights Exploitation), la Data Management Platform lanciata da UPA, associazione che riunisce i più importanti investitori in pubblicità e comunicazione in Italia. Con oltre 15 milioni di visitatori unici e 30 milioni di pagine visitate ogni mese, il portale del gruppo Adnkronos potrà contribuire alla crescita di NESSIE: in piena crisi Covid, adnkronos.com è risultato il sito di agenzia di stampa più consultato dagli italiani, con un picco di oltre 16 milioni di utenti unici e più di 80 milioni di pagine viste, arrivando alla dodicesima posizione della classifica ComScore relativa ai siti di informazione.

Approccio data driven

L'accordo è un ulteriore passo verso l'approccio completamente data driven da parte di Adnkronos e grazie al supporto di NESSIE, il Gruppo potrà conoscere meglio e più in profondità i propri lettori, arrivando a identificare gruppi omogenei in relazione a interessi tematici e/o abitudini di lettura, fino a classificare passioni e caratteristiche identificative. L'approfondita analisi delle performance, incrociata con le specificità di tutti i cluster individuabili nell'audience, consentirà anche una migliore individuazione degli argomenti destinati a costituire oggetto di interesse e discussione trasversale. Di fatto un ausilio strategico per una redazione che deve giornalmente individuare in tempo reale i temi caldi della giornata.

Il data lake

Tra le principali funzioni di NESSIE la realizzazione di un data lake condiviso fra le aziende:

Mercato Adnkronos partecipa al progetto Nessie per migliorare l'informazione ai lettori

La piattaforma creata da UPA e sviluppata in collaborazione con Neodata Group acquisirà le abitudini di lettura su adnkronos.com e restituirà informazioni utili a raffinare l'offerta news



questa piattaforma tecnologica per la raccolta e codificazione dei dati permette ai partner di arricchire vicendevolmente i cookie rilasciati da chi transita sui propri siti o raccolti su diversi device, attraverso algoritmi di intelligenza artificiale applicati ai dati. Il software è stato sviluppato da Neodata, che assicura la gestione della piattaforma e il processo avviene in modali-



tà peer-to-peer, senza compravendita di dati. Il set di attributi di profilazione comune è costituito da età, sesso, posizione geografica e categorie di interessi.

Il commento

"L'informazione in formato digitale è ormai lo standard riconosciuto e più fruito nel mondo, specie grazie alla possibilità del-

la consultazione in tempo reale su smartphone. Per un editore che deve gestire contenuti sul filo dei minuti al fine di soddisfare un'audience di queste dimensioni è fondamentale poter contare su informazioni precise, puntuali, sempre più dettagliate in relazione a quelli che sono interessi, comportamenti, cluster di lettori. È anche in questo modo che il gruppo Adnkronos potrà sempre di più lavorare in ottica di un'informazione di qualità, professionalmente mediata, veloce ma anche e soprattutto personalizzata sui reali interessi del lettore, sia esso un amministratore, un manager, un cittadino", dichiara Pietro Giovanni Zoroddu, direttore generale del Gruppo Adnkronos.

UPA

Il progetto NESSIE è un'iniziativa promossa da UPA, operativa dall'autunno del 2019, e realizzata in partnership con Neodata Group, società specializzata in digital innovation e big data. A NESSIE hanno fino a oggi aderito formalmente e con piena modalità operativa aziende come Bolton, Henkel, Nestlé, Perfetti, Piaggio e Valsolia. "Siamo lieti di potere annoverare - ha dichiarato Vittorio Meloni, Direttore Generale di UPA - un editore importante come Adnkronos tra i partecipanti al progetto NESSIE, una piattaforma innovativa che punta a offrire al mercato dati utili alla profilazione della clientela e alla pianificazione sempre più mirata degli investimenti in advertising digitale. NESSIE, che ha ormai alle spalle quasi un anno di piena operatività, è già oggi in grado di offrire un servizio molto apprezzato che sta raccogliendo un interesse crescente anche presso operatori della pubblicità, centri media, editori".

ADNKRONOS PARTECIPA AL PROGETTO NESSIE PER MIGLIORARE L'INFORMAZIONE AI LETTORI

La piattaforma creata da UPA e sviluppata in collaborazione con Neodata Group acquisirà le abitudini di lettura su adnkronos.com e restituirà informazioni utili a raffinare l'offerta news



Adnkronos è il primo editore a partecipare al progetto **Nessie** (Next gEneration System for Strategic Insights Exploitation), la data management platform lanciata da **UPA**, l'associazione che riunisce i più importanti investitori in pubblicità e comunicazione in Italia.

Con oltre 15 mln di visitatori unici e 30 mln di pagine visitate ogni mese, si legge nella nota, il portale del gruppo Adnkronos potrà contribuire alla crescita di Nessie.

L'accordo è un ulteriore passo verso l'approccio completamente data-driven da parte di Adnkronos e grazie al supporto di Nessie, **il Gruppo potrà conoscere meglio e più in profondità i propri lettori**, arrivando a identificare gruppi omogenei in relazione a interessi tematici e/o abitudini di lettura, fino a classificare passioni e caratteristiche identificative. L'approfondita analisi delle performance, incrociata con le specificità di tutti i cluster individuabili nell'audience, **consentirà anche una migliore individuazione degli argomenti destinati a costituire oggetto di interesse e discussione trasversale.**

“L'informazione in formato digitale è ormai lo standard riconosciuto e più fruito nel mondo, specie grazie alla possibilità della consultazione in tempo reale su smartphone. Per un editore che deve gestire contenuti sul filo dei minuti al fine di soddisfare un'audience di queste dimensioni è fondamentale poter contare su informazioni precise, puntuali, sempre più dettagliate in relazione a quelli che sono interessi, comportamenti, cluster di lettori. È anche in questo modo che il gruppo Adnkronos potrà sempre di più lavorare in ottica di un'informazione di qualità, professionalmente mediata, veloce ma anche e soprattutto personalizzata sui reali interessi del lettore, sia esso un amministratore, un manager, un cittadino”, dichiara **Pietro Giovanni Zoroddu**, direttore generale del Gruppo Adnkronos.

“Siamo lieti di potere annoverare – ha dichiarato **Vittorio Meloni**, Direttore Generale di UPA - un editore importante come Adnkronos tra i partecipanti al progetto Nessie, una piattaforma innovativa

che punta a offrire al mercato dati utili alla profilazione della clientela e alla pianificazione sempre più mirata degli investimenti in advertising digitale. Nessie, che ha ormai alle spalle quasi un anno di piena operatività, è già oggi in grado di offrire un servizio molto apprezzato che sta raccogliendo un interesse crescente anche presso operatori della pubblicità, centri media, editori”.

Il progetto Nessie è un’iniziativa promossa da UPA, operativa dall’autunno del 2019, e realizzata in partnership con **Neodata Group**, società specializzata in digital innovation e big data. A Nessie hanno fino a oggi aderito formalmente e con piena modalità operativa aziende come Bolton, Henkel, Nestlé, Perfetti, Piaggio e Valsoia.

Advexpress.it

03/09/2020 13:40



Adnkronos partecipa al progetto Nessie per migliorare l'informazione ai lettori

La piattaforma creata da UPA e sviluppata in collaborazione con Neodata Group acquisirà le abitudini di lettura su adnkronos.com e restituirà informazioni utili a raffinare l'offerta news. Al progetto hanno aderito anche Bolton, Henkel, Nestlé, Perfetti, Piaggio e Valsoia.

Adnkronos è il primo editore a partecipare al progetto **NESSIE** (Next gEneration System for Strategic Insights Exploitation), la Data Management Platform lanciata da UPA, associazione che riunisce i più importanti investitori in pubblicità e comunicazione in Italia.

Con oltre **15 mln di visitatori unici e 30 mln di pagine visitate ogni mese**, il portale del gruppo Adnkronos potrà contribuire alla crescita di NESSIE: in piena crisi COVID, adnkronos.com è risultato il sito di agenzia di stampa più consultato dagli italiani, con un picco di oltre 16 milioni di utenti unici e più di 80 milioni di pagine viste, arrivando alla dodicesima posizione della classifica ComScore relativa ai siti di informazione.

L'accordo è un ulteriore passo verso l'approccio completamente data driven da parte di Adnkronos e grazie al supporto di NESSIE, il Gruppo potrà conoscere meglio e più in profondità i propri lettori, arrivando a identificare gruppi omogenei in relazione a interessi tematici e/o abitudini di lettura, fino a classificare passioni e caratteristiche identificative.

L'approfondita analisi delle performance, incrociata con le specificità di tutti i cluster individuabili nell'audience, consentirà anche una **migliore individuazione degli argomenti** destinati a costituire oggetto di interesse e discussione trasversale. Di fatto un ausilio strategico per una redazione che deve giornalmisticamente individuare in tempo reale i temi caldi della giornata.

Tra le principali funzioni di NESSIE la realizzazione di un **data lake condiviso fra le aziende**: questa piattaforma tecnologica per la raccolta e codificazione dei dati permette ai partner di arricchire vicendevolmente i cookie rilasciati da chi transita sui propri siti o raccolti su diversi device, attraverso algoritmi di intelligenza artificiale applicati ai dati. Il software è stato sviluppato da **Neodata**, che assicura la gestione della piattaforma e il processo avviene in modalità 'peer-to-peer', senza compravendita di dati. Il set di attributi di profilazione comune è costituito da età, sesso, posizione geografica e categorie di interessi.

“L'informazione in formato digitale è ormai lo standard riconosciuto e più fruito nel mondo, specie grazie alla possibilità della consultazione in tempo reale su smartphone. Per un editore che deve gestire contenuti sul filo dei minuti al fine di soddisfare un'audience di queste dimensioni è fondamentale poter contare su informazioni precise, puntuali, sempre più dettagliate in relazione a quelli che sono interessi, comportamenti, cluster di lettori. E anche in questo modo che il gruppo Adnkronos potrà sempre di più lavorare in ottica di un'informazione di qualità, professionalmente mediata, veloce ma anche e soprattutto personalizzata sui reali interessi del lettore, sia esso un amministratore, un manager, un cittadino”, dichiara **Pietro Giovanni Zoroddu**, direttore generale del Gruppo Adnkronos.

Il progetto NESSIE è un'iniziativa promossa da **UPA**, operativa dall'autunno del 2019, e realizzata in partnership con Neodata Group, società specializzata in digital innovation e big data. A NESSIE hanno fino a oggi aderito formalmente e con piena modalità operativa aziende come **Bolton, Henkel, Nestlé, Perfetti, Piaggio e Valsoia**.

“Siamo lieti di potere annoverare – ha dichiarato **Vittorio Meloni**, Direttore Generale di UPA - un editore importante come Adnkronos tra i partecipanti al progetto NESSIE, una piattaforma innovativa che punta a offrire al mercato dati utili alla profilazione della clientela e alla pianificazione sempre più mirata degli investimenti in advertising digitale. NESSIE, che ha ormai alle spalle quasi un anno di piena operatività, è già oggi in grado di offrire un servizio molto apprezzato che sta raccogliendo un interesse crescente anche presso operatori della pubblicità, centri media, editori”.

Anche Adnkronos adotto Nessie, la data management platform di Upa

04/09/2020 | 9:56

Una svolta importante per la performante banca dati realizzata dall'associazione degli spender pubblicitari. Adnkronos è il primo editore a partecipare [al progetto Nessie](#) (Next generation System for Strategic Insights Exploitation), la data management platform lanciata da Upa.

L'apporto è rilevante: il portale del gruppo Adnkronos ha numeri importanti (oltre 15 mln di visitatori unici e 30 mln di pagine visitate ogni mese, in piena crisi Covid, Adnkronos.com è risultato il sito di agenzia di stampa più consultato dagli italiani, con un picco di oltre 16 milioni di utenti unici e più di 80 milioni di pagine viste, arrivando alla dodicesima posizione della classifica ComScore relativa ai siti di informazione). Utilizzando Nessie, Adnkronos potrà conoscere meglio e più in profondità i propri lettori, arrivando a identificare gruppi omogenei in relazione a interessi tematici e/o abitudini di lettura, fino a classificare passioni e caratteristiche identificative. L'approfondita analisi delle performance, incrociata con le specificità di tutti i cluster individuabili nell'audience, consentirà anche una migliore ricerca degli argomenti destinati a costituire oggetto di interesse e discussione trasversale. Di fatto un ausilio strategico per una redazione che deve giornalmente scovare in tempo reale i temi caldi della giornata.

Key4biz.it

Adnkronos primo editore a partecipare al progetto Nessie

di Redazione Key4biz | 3 Settembre 2020, ore 16:45



Adnkronos è il primo editore a partecipare al progetto NESSIE (Next gEneration System for Strategic Insights Exploitation), la Data Management Platform lanciata da UPA, associazione che riunisce i più importanti investitori in pubblicità e comunicazione in Italia.

Adnkronos è il primo editore a partecipare al progetto NESSIE (Next gEneration System for Strategic Insights Exploitation), la Data Management Platform lanciata da UPA, associazione che riunisce i più importanti investitori in pubblicità e comunicazione in Italia.

Il portale del gruppo Adnkronos potrà dunque contribuire alla crescita di NESSIE: in piena crisi COVID, adnkronos.com è risultato il sito di agenzia di stampa più consultato dagli italiani, con un picco di oltre 16 milioni di utenti unici e più di 80 milioni di pagine viste, arrivando alla dodicesima posizione della classifica ComScore relativa ai siti di informazione.

L'accordo è un ulteriore passo verso l'approccio completamente data driven da parte di Adnkronos e grazie al supporto di NESSIE, il Gruppo potrà conoscere meglio e più in profondità i propri lettori, arrivando a identificare gruppi omogenei in relazione a interessi tematici e/o abitudini di lettura, fino a classificare passioni e caratteristiche identificative. L'approfondita analisi delle performance, incrociata con le specificità di tutti i cluster individuabili nell'audience, consentirà anche una migliore individuazione degli argomenti destinati a costituire oggetto di interesse e discussione trasversale. Di fatto un ausilio strategico per una redazione che deve giornalmicamente individuare in tempo reale i temi caldi della giornata.

Tra le principali funzioni di NESSIE la realizzazione di un *data lake* condiviso fra le aziende: questa piattaforma tecnologica per la raccolta e codificazione dei dati permette ai partner di arricchire vicendevolmente i *cookie* rilasciati da chi transita sui propri siti o raccolti su diversi device, attraverso algoritmi di intelligenza artificiale applicati ai dati. Il software è stato sviluppato da Neodata, che assicura la gestione della piattaforma e il processo avviene in modalità 'peer-to-

peer', senza compravendita di dati. Il set di attributi di profilazione comune è costituito da età, sesso, posizione geografica e categorie di interessi.

“L'informazione in formato digitale è ormai lo standard riconosciuto e più fruito nel mondo, specie grazie alla possibilità della consultazione in tempo reale su smartphone. Per un editore che deve gestire contenuti sul filo dei minuti al fine di soddisfare un'audience di queste dimensioni è fondamentale poter contare su informazioni precise, puntuali, sempre più dettagliate in relazione a quelli che sono interessi, comportamenti, cluster di lettori. È anche in questo modo che il gruppo Adnkronos potrà sempre di più lavorare in ottica di un'informazione di qualità, professionalmente mediata, veloce ma anche e soprattutto personalizzata sui reali interessi del lettore, sia esso un amministratore, un manager, un cittadino”, dichiara **Pietro Giovanni Zoroddu**, direttore generale del Gruppo Adnkronos.

Il progetto NESSIE è un'iniziativa promossa da UPA, operativa dall'autunno del 2019, e realizzata in partnership con **Neodata Group**, società specializzata in digital innovation e big data. A NESSIE hanno fino a oggi aderito formalmente e con piena modalità operativa aziende come Bolton, Henkel, Nestlé, Perfetti, Piaggio e Valsoia.

Adnkronos partecipa al progetto NESSIE, la piattaforma creata da UPA e sviluppata in collaborazione con Neodata Group

3 Settembre 2020

Adnkronos è il primo editore a partecipare al progetto **NESSIE** (*Next gEneration System for Strategic Insights Exploitation*), la Data Management Platform lanciata da **UPA**, associazione che riunisce i più importanti investitori in pubblicità e comunicazione in Italia.

Con oltre 15 mln di visitatori unici e 30 mln di pagine visitate ogni mese, il portale del gruppo Adnkronos potrà contribuire alla crescita di NESSIE: **in piena crisi COVID, adnkronos.com è risultato il sito di agenzia di stampa più consultato dagli italiani, con un picco di oltre 16 milioni di utenti unici e più di 80 milioni di pagine viste**, arrivando alla dodicesima posizione della classifica ComScore relativa ai siti di informazione.

L'accordo è un ulteriore passo verso l'approccio completamente data driven da parte di Adnkronos e grazie al supporto di NESSIE, il Gruppo potrà conoscere meglio e più in profondità i propri lettori, arrivando a identificare gruppi omogenei in relazione a interessi tematici e/o abitudini di lettura, fino a classificare passioni e caratteristiche identificative.

L'approfondita analisi delle performance, incrociata con le specificità di tutti i cluster individuabili nell'audience, consentirà anche una migliore individuazione degli argomenti destinati a costituire oggetto di interesse e discussione trasversale. Di fatto un ausilio strategico per una redazione che deve giornalmente individuare in tempo reale i temi caldi della giornata.

Tra le principali funzioni di NESSIE la realizzazione di un data lake condiviso fra le aziende: questa piattaforma tecnologica per la raccolta e codificazione dei dati permette ai partner di arricchire vicendevolmente i *cookie* rilasciati da chi transita sui propri siti o raccolti su diversi device, attraverso algoritmi di intelligenza artificiale applicati ai dati. **Il software è stato sviluppato da Neodata**, che assicura la gestione della piattaforma e il processo avviene in modalità *'peer-to-peer'*, senza compravendita di dati. Il

set di attributi di profilazione comune è costituito da età, sesso, posizione geografica e categorie di interessi.



PIETRO GIOVANNI ZORODDU

“L’informazione in formato digitale è ormai lo standard riconosciuto e più fruito nel mondo, specie grazie alla possibilità della consultazione in tempo reale su smartphone. Per un editore che deve gestire contenuti sul filo dei minuti al fine di soddisfare un’audience di queste dimensioni è fondamentale poter contare su informazioni precise, puntuali, sempre più dettagliate in relazione a quelli che sono interessi, comportamenti, cluster di lettori. È anche in questo modo che il gruppo Adnkronos potrà sempre di più lavorare in ottica di un’informazione di qualità, professionalmente mediata, veloce ma anche e soprattutto personalizzata sui reali interessi del lettore, sia esso un amministratore, un manager, un cittadino”, dichiara nella nota **Pietro Giovanni Zoroddu**, Direttore Generale del Gruppo Adnkronos.

Il progetto NESSIE è un’iniziativa promossa da UPA, operativa dall’autunno del 2019, e realizzata in partnership con **Neodata Group**, società specializzata in digital innovation e big data. A NESSIE hanno fino a oggi aderito formalmente e con piena modalità operativa aziende come Bolton, Henkel, Nestlé, Perfetti, Piaggio e Valsoia.

“Siamo lieti di potere annoverare un editore importante come Adnkronos tra i partecipanti al progetto NESSIE, una piattaforma innovativa che punta a offrire al mercato dati utili alla profilazione della clientela e alla pianificazione sempre più mirata degli investimenti in advertising digitale”, dichiara nella nota **Vittorio Meloni**, Direttore Generale di UPA. “NESSIE, che ha ormai alle spalle quasi un anno di piena operatività, è già oggi in grado di offrire un servizio molto apprezzato che sta raccogliendo un interesse crescente anche presso operatori della pubblicità, centri media, editori”.

Adnkronos partecipa al progetto Nessie per migliorare l'informazione ai lettori



Adnkronos è il primo editore a partecipare al progetto NESSIE (Next gEneration System for Strategic Insights Exploitation), la Data Management Platform lanciata da UPA, associazione che riunisce i più importanti investitori in pubblicità e comunicazione in Italia. Con oltre 15 mln di visitatori unici e 30 mln di pagine visitate ogni mese, il portale del gruppo Adnkronos potrà contribuire alla crescita di NESSIE: in piena crisi COVID, adnkronos.com è risultato il sito di agenzia di stampa più consultato dagli italiani, con un picco di oltre 16 milioni di utenti unici e più di 80 milioni di pagine viste, arrivando alla dodicesima posizione della classifica ComScore relativa ai siti di informazione.

L'accordo è un ulteriore passo verso l'approccio completamente data driven da parte di Adnkronos e grazie al supporto di NESSIE, il Gruppo potrà conoscere meglio e più in profondità i propri lettori, arrivando a identificare gruppi omogenei in relazione a interessi tematici e/o abitudini di lettura, fino a classificare passioni e caratteristiche identificative.

L'approfondita analisi delle performance, incrociata con le specificità di tutti i cluster individuabili nell'audience, consentirà anche una migliore individuazione degli argomenti destinati a costituire oggetto di interesse e discussione trasversale. Di fatto un ausilio strategico per una redazione che deve giornalisticamente individuare in tempo reale i temi caldi della giornata.

Tra le principali funzioni di NESSIE la realizzazione di un data lake condiviso fra le aziende: questa piattaforma tecnologica per la raccolta e codificazione dei dati permette ai partner di arricchire vicendevolmente i cookie rilasciati da chi transita sui propri siti o raccolti su diversi device, attraverso algoritmi di intelligenza artificiale applicati ai dati. Il software è stato sviluppato da Neodata, che assicura la gestione della piattaforma e il processo avviene in modalità 'peer-to-peer', senza compravendita di dati. Il set di attributi di profilazione comune è costituito da età, sesso, posizione geografica e categorie di interessi.

“L'informazione in formato digitale è ormai lo standard riconosciuto e più fruito nel mondo, specie grazie alla possibilità della consultazione in tempo reale su smartphone. Per un editore che deve gestire contenuti sul filo dei minuti al fine di soddisfare un'audience di queste dimensioni è fondamentale poter contare su informazioni precise, puntuali, sempre più dettagliate in relazione a quelli che sono interessi, comportamenti, cluster di lettori. È anche in questo modo che il gruppo Adnkronos potrà sempre di più lavorare in ottica di un'informazione di qualità, professionalmente mediata, veloce ma anche e soprattutto personalizzata sui reali interessi del lettore, sia esso un amministratore, un manager, un cittadino”, dichiara Pietro Giovanni Zoroddu, direttore generale del Gruppo Adnkronos.

Il progetto NESSIE è un'iniziativa promossa da UPA, operativa dall'autunno del 2019, e realizzata in partnership con Neodata Group, società specializzata in digital innovation e big data. A NESSIE hanno fino a oggi aderito formalmente e con piena modalità operativa aziende come Bolton, Henkel, Nestlé, Perfetti, Piaggio e Valsoia.

“Siamo lieti di potere annoverare - ha dichiarato Vittorio Meloni, Direttore Generale di UPA - un editore importante come Adnkronos tra i partecipanti al progetto NESSIE, una piattaforma innovativa che punta a offrire al mercato dati utili alla profilazione della clientela e alla pianificazione sempre più mirata degli investimenti in advertising digitale. NESSIE, che ha ormai alle spalle quasi un anno di piena operatività, è già oggi in grado di offrire un servizio molto apprezzato che sta raccogliendo un interesse crescente anche presso operatori della pubblicità, centri media, editori”.

Adnkronos partecipa al progetto Nessie per migliorare l'informazione ai lettori

3 Settembre 2020

Adnkronos è il primo editore a partecipare al progetto NESSIE (**N**ext **g**eneration **S**ystem for **S**trategic **I**nsights **E**xploitation), la Data Management Platform lanciata da UPA, associazione che riunisce i più importanti investitori in pubblicità e comunicazione in Italia.

Con oltre 15 mln di visitatori unici e 30 mln di pagine visitate ogni mese, il portale del gruppo Adnkronos potrà contribuire alla crescita di NESSIE: in piena crisi COVID, [adnkronos.com](https://www.adnkronos.com) è risultato il sito di agenzia di stampa più consultato dagli italiani, con un picco di oltre 16 milioni di utenti unici e più di 80 milioni di pagine viste, arrivando alla dodicesima posizione della classifica ComScore relativa ai siti di informazione.

L'accordo è un ulteriore passo verso l'approccio completamente data driven da parte di Adnkronos e grazie al supporto di NESSIE, il Gruppo potrà conoscere meglio e più in profondità i propri lettori, arrivando a identificare gruppi omogenei in relazione a interessi tematici e/o abitudini di lettura, fino a classificare passioni e caratteristiche identificative. L'approfondita analisi delle performance, incrociata con le specificità di tutti i cluster individuabili nell'audience, consentirà anche una migliore individuazione degli argomenti destinati a costituire oggetto di interesse e discussione trasversale. Di fatto un ausilio strategico per una redazione che deve giornalisticamente individuare in tempo reale i temi caldi della giornata.

Tra le principali funzioni di NESSIE la realizzazione di un *data lake* condiviso fra le aziende: questa piattaforma tecnologica per la raccolta e codificazione dei dati permette ai partner di arricchire vicendevolmente i *cookie* rilasciati da chi transita sui propri siti o raccolti su diversi device, attraverso algoritmi di intelligenza artificiale applicati ai dati. Il software è stato sviluppato da Neodata, che assicura la gestione della piattaforma e il processo avviene in modalità 'peer-to-peer', senza compravendita di dati. Il set di attributi di profilazione comune è costituito da età, sesso, posizione geografica e categorie di interessi.



Giovanni Zoroddu (foto

Adnkronos/Cristiano Camera)

“L’informazione in formato digitale è ormai lo standard riconosciuto e più fruito nel mondo, specie grazie alla possibilità della consultazione in tempo reale su smartphone. Per un editore che deve gestire contenuti sul filo dei minuti al fine di soddisfare un’audience di queste dimensioni è fondamentale poter contare su informazioni precise, puntuali, sempre più dettagliate in relazione a quelli che sono interessi, comportamenti, cluster di lettori. È anche in questo modo che il gruppo Adnkronos potrà sempre di più lavorare in ottica di un’informazione di qualità, professionalmente mediata, veloce ma anche e soprattutto personalizzata sui reali interessi del lettore, sia esso un amministratore, un manager, un cittadino”, dichiara Pietro Giovanni Zoroddu, direttore generale del Gruppo Adnkronos.

Il progetto NESSIE è un’iniziativa promossa da UPA, operativa dall’autunno del 2019, e realizzata in partnership con **Neodata Group**, società specializzata in digital innovation e big data. A NESSIE hanno fino a oggi aderito formalmente e con piena modalità operativa aziende come Bolton, Henkel, Nestlé, Perfetti, Piaggio e Valsoia.

“Siamo lieti di potere annoverare – ha dichiarato Vittorio Meloni, Direttore Generale di UPA – un editore importante come Adnkronos tra i partecipanti al progetto NESSIE, una piattaforma innovativa che punta a offrire al mercato dati utili alla profilazione della clientela e alla pianificazione sempre più mirata degli investimenti in advertising digitale. NESSIE, che ha ormai alle spalle quasi un anno di piena operatività, è già oggi in grado di offrire un servizio molto apprezzato che sta raccogliendo un interesse crescente anche presso operatori della pubblicità, centri media, editori”.