



New York - Milano, 8 novembre 2021

Datrix continua la sua espansione internazionale e acquisisce la tech company americana Adapex.

Il gruppo Datrix, specializzato in soluzioni di Intelligenza Artificiale, accelera sulla 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 mercato globale della Data Monetization (inclusa quella pubblicitaria) 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 2 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 di Datrix.

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 di Adapex 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 4 strumenti, tutti plug & play:

1. Matrix™, dashboard di analisi che 24/7 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,
2. Merlin™, wrapper personalizzato per l'header bidding,
3. Magma™, console onpage per l'ottimizzazione e la risoluzione dei problemi in tempo reale,

4. Magnify™: integrazione automatica e immediata con i principali fornitori di soluzioni di identity.

Sono tanti e importanti i riconoscimenti ottenuti negli Stati Uniti dalla tecnologia e dal team di Adapex. I più recenti:

- Inc. 5000 2021: top 20% delle aziende in più rapida crescita
- 2021 Deloitte Technology Fast 500
- AdExchanger 2021: Programmatic Power Player
- Digiday Media Award 2021: Migliore piattaforma Publisher e Migliore piattaforma Ad Tech
- Drum 2021: Migliore tecnologia in assoluto di Programmatic Advertising
- Top Women in Media 2021: primo posto della categoria Tech Trailblazers a Debra Fleenor
- Stevie 2020 e 2021 per le donne in affari: terzo posto assoluto a Debra Fleenor
- Drum 2020: Miglior team di Ad Operations e Migliore tecnologia in assoluto per il trading programmatico.

"L'entrata di Adapex nel nostro gruppo - ha dichiarato il CEO di Datrrix 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 cookieless, 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 Datrrix anche in un Paese molto avanzato come gli Stati Uniti".

"Devo innanzitutto ringraziare il mio team per i fantastici risultati fin qui raggiunti. Abbiamo scelto di entrare a far parte del gruppo Datrrix – 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 Datrrix e contestualmente l'acquisizione di quote di mercato europeo".

Datrrix

Il gruppo tech Datrrix sviluppa soluzioni di Augmented Analytics e Modelli di Machine Learning per la crescita data-driven delle aziende. Le soluzioni di Datrrix basate su AI aggiungono valore misurabile perché raccolgono dati da fonti interne ed esterne, li integrano, cercano correlazioni, scoprono informazioni operative preziose e suggeriscono azioni. Sono quattro le aree operative di Datrrix: AI per Marketing & Sales, AI per FinTech, AI per Data Monetization e Modelli di Machine Learning.

Ufficio Stampa

Spriano Communication & Partners

Matteo Russo Mob. + 39 3479834881

mrusso@sprianocommunication.com

Jacopo Ghirardi Mob. + 39 333 7139257

ufficiostampa@sprianocommunication.com