

# IDNTT

## **IDNTT: PRENDE VITA IL PRIMO PROGETTO DELLA CONTROLLATA IDNTT+ CON IL LANCIO DE “L’ISOLA DEI PAGURI BY CICCIOGAMER89” SU FORTNITE, IL VIDEOGAME PIÙ GIOCATO A LIVELLO MONDIALE**

Chiasso (Svizzera), 6 novembre 2024

**IDNTT SA** (IDNTT:IM, CH1118852594), *MarTech Content Factory* attiva nella produzione di contenuti *omnichannel*, quotata sul mercato Euronext Growth Milan (EGM) di Borsa Italiana e nel segmento open market “Quotation Board” della Borsa di Francoforte, comunica che il prossimo 1° dicembre 2024 verrà lanciato il primo VIDEOGIOCO della controllata IDNTT+, “L’ISOLA DEI PAGURI by CICCIOGAMER89”, un universo fantastico nato dalla fantasia del *creator* **CICCIOGAMER89** e creato in **FORTNITE**.

**FORTNITE**, videogioco sviluppato dalla *software house* americana **EPIC GAMES INC.**, domina le classifiche mondiali dal 2017 rivoluzionando il “*gaming market*” globale, oltre ad essere il videogioco più popolare sui social network.<sup>1</sup> Dal 2017 al 2023 il numero di utenti registrati su Fortnite a livello mondiale è passato da 10 milioni a 500 milioni di utenti e il numero di giocatori attivi supera i 220 milioni al mese<sup>1</sup>, mentre le *gross revenue* di Epic Games (ricavi da giochi, da motori, dagli Epic Games Store e da Merchandising) hanno superato i \$5,1 miliardi nel 2020 e i \$6 miliardi già nel 2022<sup>1</sup>. Sin dall’uscita, Fortnite si è costantemente evoluto arrivando ad abbracciare tutte le *console* di gioco esistenti, oltre a contare numerose collaborazioni con star della musica con esibizioni sui lidi virtuali del gioco stesso, numerosi crossover basati su universi fantastici come quelli di Star Wars, Marvel e Netflix, oppure le collaborazioni con brand come Nike.

**CICCIOGAMER89**, al secolo **Mirko Alessandrini**, *creator* della scuderia di **IN-SANE**, azienda controllata da **IDNTT**, vanta sul proprio canale Youtube oltre 3,6 milioni di iscritti, oltre 1,6 miliardi di visualizzazioni e il record di 120.000 utenti contemporanei connessi in una diretta, diventando così il 1° streamer italiano e il 10° al mondo su Fortnite. Gli appuntamenti fissi “on line” in cui mostra le sue abilità e si diverte con la sua folta e attiva community, sono diventati un vero must per le nuove generazioni.

*“Il progetto, nato in collaborazione con il management di IN-SANE, rappresenta il culmine di anni di impegno e passione per questo gioco, dagli show nei teatri ai record di visualizzazioni. La mia community, che mi segue da anni, aspettava con entusiasmo questo momento, ma credo che la mappa piacerà a tutti i giocatori di FORTNITE perché tutte le regole sono fatte per divertire. L’isola contiene tanti dei miei elementi distintivi, come una montagna gigante a forma di Paguro, che è la mascotte del mio canale oppure gli hamburger da collezionare. Con L’ISOLA DEI PAGURI abbiamo alzato l’asticella delle mappe create in FORTNITE perché c’è dietro un incredibile lavoro di sviluppo e un grande investimento economico e sentimentale. Ci ho messo tutto me stesso e l’isola ha un’anima gigante!”* **Mirko Alessandrini** in arte **CICCIOGAMER89**.

I ricavi per IDNTT+, per questa prima fase di lancio dell’isola, saranno di 2 tipi:

1. **Business To Business To Consumer (B2B2C)**, tramite i ricavi mensili da royalties riconosciute da **EPIC GAMES** secondo il programma “CREATOR DI FORTNITE”, il quale prevede che il 40% dei ricavi globali provenienti dal “Negozio oggetti” e dalla maggior parte dei relativi acquisti che gli utenti fanno in Fortnite, vengano distribuiti tra i diversi proprietari delle isole in funzione di un algoritmo proprietario di Epic Games che premia il numero dei giocatori che periodicamente giocano sull’isola e la loro fidelizzazione.

---

<sup>1</sup> Demandsage, Fortnite Statistics 2024 e Digital & Trends, "Epic Games", Epic Games & Statista estimates, Statista 2023



2. **Business to Business (B2B)**, attraverso sponsorizzazioni e/o presenza all'interno dell'isola di aziende che voglio pubblicizzare i loro prodotti e/o il loro brand in modo contestualizzato all'interno della meccanica e grafica di gioco.

Il progetto è stato concepito e realizzato da **IDNTT+**, interamente controllata dalla capogruppo **IDNTT SA**, nata con l'obiettivo di proporre un'offerta proprietaria di videogiochi e di contenuti esclusivi a pagamento per le nuove generazioni Zeta e Alpha attraverso la selezione di *content creator* con milioni di follower e alti tassi di engagement gestiti dalla controllata **IN-SANE**, che diventano poi protagonisti di nuove esperienze di intrattenimento digitale ([cfr comunicato stampa](#)).

*"Come molti dei nostri investitori ricordano, nel novembre 2022, presentando l'operazione di acquisizione di IN-SANE ([cfr comunicato stampa](#)), uno dei razionali, sul perché dell'operazione, era stato proprio l'idea, ora realtà, di poter creare dell'extra valore attraverso lo sviluppo di nuove linee di business, creando nuovi Prodotti per le nuove generazioni Z e Alpha facendo leva sul valore del Talent, trasformando il Talent in un Brand, il suo contenuto in un Prodotto e la sua Community in consumatori, entrando così nel mercato B2C e B2B2C che si affiancherà all'offerta principale B2B del Gruppo IDNTT. Così, dopo la presentazione di qualche settimana fa di STAR KITCHEN e l'apertura del primo Talent Brand di ristorazione ([cfr comunicato stampa](#)), oggi, dopo circa 10 mesi di sviluppo, debutta sul mercato il primo videogioco di IDNTT+"* **Christian Traviglia, Presidente e CEO di IDNTT**

#### DISCLAIMER

L'ISOLA DEI PAGURI by CICCIOGAMER89" è un'esperienza di Fortnite di un creatore indipendente e non è sponsorizzata, avallata o gestita da Epic Games, Inc. Fortnite, sviluppato da Epic Games, offre un'ampia gamma di strumenti per consentire a chiunque di progettare giochi ed esperienze. In Fortnite, chiunque può creare gratuitamente la propria esperienza online e condividerla con il pubblico del mondo intero.

\*\*\*

Il presente comunicato stampa è disponibile sul sito internet di IDNTT [www.ir.idntt.ch](http://www.ir.idntt.ch) nella sezione Investor Relations e su [www.emarketstorage.com](http://www.emarketstorage.com).

#### IDNTT SA

IDNTT ([www.IDNTT.ch](http://www.IDNTT.ch)) (IDNTT:IM, ISIN:CH1118852594), con Headquarter in Svizzera e controllate in Olanda, Romania, Italia e Spagna, è una Martech Content Factory che produce ogni giorno centinaia di contenuti *omnichannel* con processi industriali certificati ISO 9001 e governati dalla tecnologia. Contenuti "*data driven*", sviluppati grazie alla raccolta e l'analisi dei dati e degli interessi degli utenti, che hanno l'obiettivo di convertire la visione del contenuto in vendite on-line, off-line e aumentare la *brand awareness* delle aziende. Con l'acquisizione nell'ottobre 2022 di In-Sane! ([in-sane.it](http://in-sane.it)), IDNTT è entrata anche nel mondo dell'*influencer marketing* e dei contenuti di intrattenimento per le nuove generazioni. In-SANE! è una delle prime Talent Agency Italiane con oltre 170 *influencer, gamer e creator* in esclusiva e il primo MCN - Multi Channel Network in Italia con oltre 190 canali YouTube gestiti in esclusiva, secondo l'ultima ricerca di ComScore ([www.comscore.com](http://www.comscore.com)). Nel 2023, a seguito dell'ingresso nel capitale di Aldo Biasi Comunicazione Srl ([aldobiasi.com](http://aldobiasi.com)), società fondata da Aldo Biasi, firma storica della comunicazione italiana ([wikipedia.org/wiki/Aldo\\_Biasi](http://wikipedia.org/wiki/Aldo_Biasi)), il Gruppo IDNTT entra nel business delle grandi produzioni di spot televisivi con gli "IDNTT STUDIOS", con Aldo Biasi nel ruolo di Direttore Creativo, per un'offerta di contenuti completa e integrata. Nel 2024 IDNTT entrata nel capitale di C41 ([c41.eu](http://c41.eu)), *creative content factory* con sedi in Italia e in Olanda, con un portafoglio di clienti fidelizzati tra i brand più rilevanti nel settore del fashion e del design. C41 è inoltre titolare ed editore di "C41 Magazine" ([C41magazine.com](http://C41magazine.com)), uno dei principali magazine di tendenza indipendenti distribuito in 15 Paesi, con una *fanbase* di circa 125.000 follower su Instagram, focalizzato su tematiche contemporanee provenienti da tutto il mondo, riflettendo visioni e coinvolgendo nuove generazioni, fotografi e registi nel campo della moda e del design. Nel giugno 2024 IDNTT acquisisce il 59% di RealLife Television ([reallifetv.com](http://reallifetv.com)), attiva dal 1999 e con sedi a Roma, Milano e Azerbaijan, che produce oltre 3.000 contenuti digitali e oltre 1.000 ore di produzioni TV e video all'anno. RLTV nel corso della propria storia si è dimostrata capace di anticipare le nuove tendenze nell'ambito dei sistemi di fruizione dei contenuti posizionandosi quale "first mover"; ne sono un esempio la gestione dei canali televisivi *live e on demand* sul cellulare per gli operatori WindTRE e Vodafone, oppure la creazione dei primi telegiornali sul web e mobile per ANSA, e i primi progetti di *digital signage* per autostrade e aeroporti con un palinsesto di contenuti interamente prodotti e gestiti da RLTV. A ottobre 2024, con l'obiettivo di integrare l'offerta di servizi di content production, ampliare il portafoglio clienti con nomi e commesse rilevanti, sfruttare le sinergie e nuovi spazi di produzione, IDNTT acquisisce il 100% del gruppo Take Srl ([takegroup.it](http://takegroup.it)), *content factory* che punta a creare valore in tutti gli aspetti di un progetto di comunicazione, dalla definizione della strategia fino al "design" conclusivo del progetto. Take a sua volta detiene il 60% di Cantiere Srl, agenzia di PR & Media Relations, specializzata nella comunicazione, creazione di contenuti e nelle relazioni istituzionali. Mettendo a fattor comune le sinergie interne, il know How e il Portfolgio dei Content Creators della controllata In-Sane!, il 2024 segna anche l'ingresso del Gruppo IDNTT nel mercato consumer B2C e B2B2C attraverso 2 veicoli societari: IDNTT+ ([IDNTTplus.com](http://IDNTTplus.com)) che ha l'obiettivo di sviluppare un'offerta di videogiochi e di contenuti esclusivi a pagamento e Star Kitchen ([starkitchen.it](http://starkitchen.it)), che in Joint Venture con Kuirì, azienda partecipata dalla LMDV Capital di Leonardo Maria Del Vecchio, importante player industriale con un modello innovativo di "Cloud kitchen ready to go", ha la mission di sviluppare il mercato del Food & Beverage, trasformando i Content Creators in Food-Brand.

#### CONTATTI:



EMITTENTE

**IDNTT** | Christian Traviglia | IR Manager | [affarisocietari@idntt.ch](mailto:affarisocietari@idntt.ch) | T: +41 (0) 91 210 89 49 | via Maestri Comacini, 4 - 6830 Chiasso

INVESTOR & MEDIA RELATIONS

**IRTOP Consulting** | [ir@irtop.com](mailto:ir@irtop.com) | [redazione@irtop.com](mailto:redazione@irtop.com) | T: + 39 02 4547 3884 | Via Bigli, 19 - 20121 Milano

EURONEXT GROWTH ADVISOR & SPECIALIST

**Integrae SIM** | [info@integraesim.it](mailto:info@integraesim.it) | T: +39 +39 02 8050 61 60 | Piazza Castello, 24 - 20121 Milano