

## **IDNTT: SIGLATO ACCORDO IN JOINT VENTURE CON IL NOTO FORMAT TELEVISIVO “DONNAVVENTURA” PER LO SVILUPPO DI NUOVI CONTENUTI PER IL MONDO DIGITAL E SOCIAL**

Chiasso (Svizzera), 18 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, rende noto di aver siglato un accordo di Joint Venture contrattuale (“**JV MediaFactory**” o “**JV**”) con Maurizio Rossi Production MRP SA (“**MRP**”), proprietario esclusivo del noto *format* e *brand* **Donnavventura** ([donnavventura.com](http://donnavventura.com)).

**Donnavventura**, ideato da Maurizio Rossi nel 1989, è tra i **più noti format italiani**<sup>1</sup> basato sul mondo dei viaggi, in onda sulle principali reti televisive italiane (Rai e Mediaset). Il *format* mostra spedizioni di viaggio compiute da Donne Reporter che raccontano i più caratteristici paesaggi e beni culturali nel mondo. Nel corso della propria storia **Donnavventura** ha collezionato **oltre 500 puntate, oltre 500 partecipanti** e raggiunto **milioni di spettatori** con picchi di **share di oltre il 5%** sui primari canali televisivi, nonché formalizzato decine di sponsorizzazioni con importanti aziende. **Donnavventura** è inoltre stato uno dei primi *format* a sfruttare la formula del **branded content**, che consiste nel finanziare il programma, in tutto o in parte, tramite pubblicità diretta e indiretta all’interno del *format* stesso.

La **JV MediaFactory** ha l’obiettivo di far evolvere l’offerta “**Donnavventura**” da società di produzione televisiva a **Media Company**, attraverso la valorizzazione del **brand**, della **community** (composta da oltre 150.000 candidate registrate), dell’**archivio storico** (composto da oltre 10.000 ore di registrazione), e la produzione di **nuovi contenuti digitali omnichannel** a cura di IDNTT, la *MarTech Content Factory* svizzera.

In ragione della JV e dei diritti di licenza concessi da MRP sul marchio “**Donnavventura**” di propria titolarità, IDNTT darà una spinta propulsiva al nuovo corso digitale gestendo la strategia di sviluppo e l’operatività che includeranno, a titolo esemplificativo e non esaustivo:

- **DIGITAL CONTENT FACTORY**, con la creazione e monetizzazione di contenuti digitali “ex-novo” tramite la partecipazione a nuovi viaggi avventura o ri-editing multichannel di contenuti già esistenti nell’archivio di MRP, nonché la gestione dei canali social e dei contenuti delle selezioni delle partecipanti “**Donnavventura**”;
- **TALENT AGENCY**, con lo sviluppo e gestione di nuovi *content creator/influencer* in tema “viaggi” per promuovere nuove forme di turismo sostenibile ed esperienze culturali, nonché lo sviluppo di *partnership* con primarie aziende di prodotti o servizi per la sponsorizzazione dei propri brand;
- **SOCIAL TRAVEL**, per la creazione di esperienze di viaggio a marchio **DONNAVVENTURA** che sposino i concetti di sostenibilità, tecnologia, turismo e community attraverso il modello innovativo di TRAVEL SOCIAL COMMUNITY, da attuare in proprio o in collaborazione con altri primari player del settore.

La JV sarà coordinata da un Comitato di Gestione composto da 5 membri (di cui 3 nominati da IDNTT e 2 da MRP). L’accordo prevede altresì che nel 2026, subordinatamente al verificarsi di alcune condizioni, IDNTT ed MRP proseguano nel percorso intrapreso con la costituzione di una **nuova società** avente il medesimo scopo ed oggetto sociale di JV MediaFactory.

<sup>1</sup> Sulla base di una ricerca condotta nel 2023 da “EMG Different”, circa il 40% della popolazione italiana conosce il format **Donnavventura**

# IDNTT

**Christian Traviglia**, Presidente e CEO di IDNTT: *"Sono felice di annunciare la Joint Venture con Donnavventura, un format televisivo iconico con un'enorme fanbase, un ricco archivio di contenuti e una solida brand awareness nel mercato italiano. Secondo una ricerca condotta nel 2023 da 'EMG Different', circa il 40% della popolazione italiana conosce il format Donnavventura.*

*Questa partnership strategica rappresenta un'opportunità unica per espandere la nostra presenza nel mercato digitale e creare nuove fonti di ricavo sfruttando la consolidata reputazione di Donnavventura e la nostra expertise nella produzione di contenuti omnichannel.*

*La JV ci permetterà di capitalizzare il brand Donnavventura, la sua community e l'archivio storico di oltre 10.000 ore di registrazioni, per creare contenuti digitali innovativi e coinvolgenti che rispondano alla crescente domanda di esperienze di viaggio autentiche e sostenibili.*

*Attraverso la nostra piattaforma tecnologica e la nostra esperienza nella gestione di influencer, trasformeremo Donnavventura in una vera e propria Media Company digitale, in grado di attrarre un pubblico ancora più ampio e di generare nuove opportunità di business attraverso la monetizzazione dei contenuti e delle esperienze di viaggio.*

*Questa operazione si inserisce perfettamente nella nostra strategia di crescita, volta a consolidare la nostra leadership nel settore della produzione di contenuti e a creare valore per i nostri azionisti."*

**Maurizio Rossi**, CEO di MRP: *"Dopo ben 35 anni di Donnavventura, è arrivato il momento del rilancio con un'importante iniziativa volta a riorganizzare e potenziare la presenza di Donnavventura anche in ambito digitale e social media.*

*Negli anni il Format televisivo si è sempre adeguato alle nuove tendenze e alle nuove tecnologie.*

*Personalmente continuerò ad occuparmi di tutte le iniziative Donnavventura ed in particolare della produzione televisiva e dell'organizzazione dei viaggi.*

*Per lo sviluppo del mondo digitale chi meglio di una società leader quale IDNTT?*

*Abbiamo iniziato a dialogare prima della pandemia e oggi siamo contenti ed entusiasti nel dar vita a questa joint venture, con grandi ambizioni per il futuro di Donnavventura.*

*L'ambiente innovativo di IDNTT ci è subito piaciuto e sono certo che insieme i nostri numerosi nuovi progetti saranno presto realizzati.*

*Ogni iniziativa Donnavventura continuerà ad essere gestita e condivisa con Daniela Angei, la persona con la quale ho dato vita a questo Format. Sarà quindi presente anche lei in questa nuova avventura."*

\*\*\*

*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 entra 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 Azerbaïjan, che produce oltre 3.000 contenuti digitali e oltre 1.000 ore di produzioni TV e video all'anno. RLTV nel corso della propria

# IDNTT

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](https://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 Portfolio 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](https://idnttplus.com)) che ha l'obiettivo di sviluppare un offerta di videogiochi e di contenuti esclusivi a pagamento e Star Kitchen ([starkitchen.it](https://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 9684 68 64 | Piazza Castello, 24 - 20121 Milano