



ANTI- FRAUD PLATFORM by ADPLAYON

**Piattaforma avanzata per il rilevamento antifrode e
ottimizzazione della lead generation digitale**

Aggiornamento del 26/02/2026

ADPLAYON

**Autore: Anita Intra
(Managing Director)**

Azienda: Revelop SRL

INDICE

1. Introduzione
2. Contesto teorico e scenario competitivo
3. Architettura tecnologica della piattaforma
4. Metodologia di rilevazione antifrode
5. Analisi multilivello del traffico
6. Elementi di innovatività e valore applicativo
7. Case History: Ottimizzazione Lead Generation nel Settore Insurance
8. GDPR & DATA ETHICS: Privacy-by-Design
9. Collaborazioni scientifiche e industrializzazione
10. Novità 2026: Adverify
11. Conclusioni

1. INTRODUZIONE

Il mio percorso professionale si è consolidato nella creazione e gestione di Business Unit per player di rilievo quali Banzai, Gruppo GEDI (Manzoni) e Reed Business Information. Con oltre 25 anni di esperienza nell'advertising e nella comunicazione digitale, il mio focus costante è la trasformazione delle tecnologie emergenti in vantaggi competitivi misurabili.

Attualmente ricopro il ruolo di Managing Director di AdPlayOn by Revelop, tech-company nata come spin-off accademico presso l'Università Politecnica delle Marche (UNIVPM). Il valore distintivo della nostra realtà risiede nel coniugare il rigore scientifico del DNA universitario con l'operatività del mercato internazionale.

In qualità di responsabile dell'area Innovazione e Tech, coordino lo sviluppo di un ecosistema proprietario di Data Quality Assurance composto dalle piattaforme AdPlayOn e AdVerify. Queste soluzioni sono progettate per superare i limiti strutturali dei player tradizionali, permettendo validazioni granulari dei flussi (lead e conversioni) tramite scoring probabilistico e offrendo una protezione avanzata contro le frodi online.

La solidità tecnologica e strategica del nostro progetto è stata recentemente confermata dal posizionamento come 11° miglior progetto innovativo nel bando Start-up Innovative 2025 (PR MARCHE FESR 2021-2027), un riconoscimento che certifica la nostra capacità di portare sul mercato soluzioni d'avanguardia, sicure e scalabili

La piattaforma tecnologica italiana all'avanguardia sviluppata da Revelop e l'Università Politecnica, è progettata per rilevare e prevenire attività fraudolente nel traffico web ed è stata **premiata come uno dei 10 migliori progetti innovativi in ambito europeo**

"Un approccio nuovo al tema della qualità del traffico nel Direct Marketing"

www.adplayon.com

2. CONTESTO TEORICO E SCENARIO COMPETITIVO

Nel 2026, il mercato ha smesso di porsi il problema della *quantità* per focalizzarsi ossessivamente sulla *veridicità*. L'avvento di agenti AI in grado di compilare form in modo indistinguibile dall'uomo ha reso obsoleti i tradizionali sistemi di protezione.

ADPLAYON, posizionandosi come l'11° progetto più innovativo nel bando *Start-up Innovative 2025*, propone un cambio di paradigma: passare dalla "difesa perimetrale" alla **certificazione probabilistica dell'identità digitale**. Il nostro DNA accademico ci permette di applicare il rigore statistico a flussi di dati massivi, trasformando il traffico "sporco" in asset finanziari certi.

La crescente complessità dell'ecosistema del marketing digitale ha determinato un aumento significativo dei fenomeni fraudolenti legati al traffico web, con impatti diretti sulla qualità delle conversioni, sull'affidabilità delle metriche e sul ritorno degli investimenti pubblicitari. In tale contesto si inserisce ADPLAYON,

piattaforma tecnologica progettata per rilevare, analizzare e prevenire attività fraudolente nelle campagne digitali attraverso un approccio integrato basato su machine learning, analisi comportamentale e monitoraggio multilivello.

La soluzione si applica a molteplici canali di marketing digitale, tra cui Direct Email Marketing (B2C e B2B), display advertising, push notification, SMS, programmatic, native advertising, retargeting e formati video InMail, configurandosi come uno strumento trasversale per la gestione della qualità del traffico e delle conversioni. L'obiettivo principale della piattaforma consiste nel miglioramento dell'affidabilità delle campagne e nella massimizzazione del ROI mediante un controllo continuo dell'intero funnel di acquisizione utenti.

Le piattaforme antifrode presenti nel mercato globale del digital marketing, quali soluzioni specializzate nel monitoraggio di traffico display e programmatico, adottano prevalentemente modelli statistici o euristici per l'identificazione del traffico sospetto. Tuttavia, tali sistemi presentano alcune limitazioni strutturali, tra cui il focus ristretto su specifici canali pubblicitari, la prevalenza di controlli ex-ante e la necessità di interpretazione manuale delle reportistiche.

A livello nazionale, tali criticità risultano spesso amplificate da strumenti meno evoluti, incapaci di affrontare efficacemente fenomeni di frode sofisticata e multicanale. In particolare, emerge una lacuna significativa nel monitoraggio delle

campagne di lead generation e DEM, ambiti nei quali la verifica dell'autenticità delle conversioni richiede un'analisi più approfondita e contestualizzata del comportamento utente.

ADPLAYON si posiziona dunque come soluzione innovativa nel panorama competitivo, introducendo un modello di controllo qualità end-to-end che supera l'approccio tradizionale focalizzato esclusivamente sulla fase di traffico.

3. ARCHITETTURA TECNOLOGICA DELLA PIATTAFORMA

Questo capitolo rappresenta la frontiera tecnologica del 2026: la difesa contro i "Deepfake Leads".

L'Ad Fraud si è evoluta in GenAI-Fraud. Oggi, i frodatori utilizzano agenti AI per navigare siti, simulare sessioni di browsing realistiche e compilare form con testi semanticamente corretti, variando toni e stili per eludere i filtri **antispam tradizionali**.

Biometria Comportamentale Passiva

ADPLAYON risponde a questa minaccia analizzando segnali che l'AI generativa non può ancora simulare perfettamente:

- **Micro-esitazioni Neuromuscolari:** Un umano presenta una latenza variabile tra la pressione dei tasti influenzata dal pensiero cognitivo. Un'AI, per quanto provi a "introdurre rumore", mantiene una distribuzione statistica dei tempi troppo regolare (analisi della Kurtosis dei tempi di input).
- **Cinematica del cursore:** Analizziamo la curvatura e l'accelerazione del mouse. Gli umani compiono traiettorie sub-ottimali e tremolii involontari; i bot GenAI tendono a muoversi per vettori matematici o "spline" troppo fluide.

Analisi Semantica in Real-Time

Utilizziamo a nostra volta modelli di NLI (Natural Language Inference) per rilevare se il contenuto del lead è "sintetico". Se un form viene compilato con una perfezione grammaticale assoluta o pattern ricorrenti tipici di specifici modelli (es. GPT-5 o Claude 4), il Fraud Score aumenta istantaneamente.

La piattaforma ADPLAYON è sviluppata secondo un'architettura modulare basata su tecnologie open source, finalizzata a garantire scalabilità, affidabilità e interoperabilità con sistemi esterni. Il backend applicativo utilizza il framework Laravel, supportato da MySQL per la gestione persistente dei dati e Redis per l'ottimizzazione del caching e del bilanciamento del carico.

L'infrastruttura cloud, ospitata su Google Cloud, consente elevata disponibilità, scalabilità automatica e accesso a servizi avanzati di machine learning, mentre Docker e Kubernetes assicurano portabilità, orchestrazione e consistenza degli ambienti di esecuzione. Il frontend è sviluppato con React, mentre Swagger supporta la documentazione delle API REST e l'integrazione tramite protocolli sicuri con autenticazione JWT.

Questa combinazione tecnologica permette alla piattaforma di sostenere volumi elevati di traffico e di implementare modelli analitici complessi in tempo reale.

La piattaforma è basata su un'architettura modulare costruita con tecnologie open source: Laravel per il backend, MySQL per la gestione dei dati e Vue.js o React per il frontend. Utilizza middleware per la gestione delle sessioni, il routing e la sicurezza.

Il sistema impiega Redis per il caching e bilancia il carico tra i server per migliorare la scalabilità e le prestazioni. Le API RESTful sono documentate con Swagger/OpenAPI, supportando l'integrazione con sistemi esterni tramite HTTPS e autenticazione JWT (JSON Web Tokens).

Funzioni che richiedono particolare sforzo computazionale sono demandate a Google Cloud per garantire alta disponibilità, scalabilità automatica e accesso a servizi avanzati di machine learning. La gestione dei container applicativi è affidata

a Kubernetes, che automatizza il deployment e la scalabilità, mentre Docker assicura la portabilità e consistenza degli ambienti, facilitando aggiornamenti e distribuzioni. Servizi proxy bilanciano il traffico, migliorano la sicurezza e proteggono i server backend da attacchi.

Tecnologie Adottate:

Framework Backend: Laravel, utilizzato per routing, middleware, gestione delle sessioni.

DBMS: MySQL con schema normalizzato e supporto per transazioni ACID per garantire coerenza e integrità dei dati.

Frontend Framework: Vue.js o React per interfacce utente dinamiche e reattive.

Caching e Performance: Redis per caching delle query frequenti, migliorando la velocità di risposta.

Autenticazione e Sicurezza: JWT per la protezione delle API, TLS 1.2+ per la crittografia delle comunicazioni.



Algoritmi Utilizzati:

Machine Learning: Modelli di Shallow Neural Networks e Random Forest per la classificazione del traffico web in "buono" e "cattivo". Questi modelli sono stati addestrati su un set di dati con 32.000 click annotati manualmente, come descritto nel paper pubblicato su IEEE Xplore, dimostrando un'elevata accuratezza nella rilevazione delle frodi.

Algoritmi di Attribuzione: Algoritmi multi-touch per attribuire correttamente il valore delle conversioni ai diversi touchpoint di una campagna.

Per garantire una latenza inferiore ai **50ms** (fondamentale per non degradare la user experience), ADPLAYON utilizza uno stack tecnologico di tipo *High-Performance Computing*.

Orchestrazione e Scalabilità Elastica

- **Kubernetes (K8s) su Google Cloud:** Gestiamo il traffico tramite un cluster auto-scalante. In caso di picchi improvvisi (es. campagne Black Friday), l'infrastruttura clona istantaneamente i nodi di calcolo per mantenere costante il potere di analisi.

- **Redis Advanced Caching:** Utilizziamo database *in-memory* per confrontare in tempo reale i parametri del click con lo storico delle blacklist globali, riducendo drasticamente i tempi di risposta rispetto ai database relazionali standard.

4. METODOLOGIA DI RILEVAZIONE ANTIFRODE

Il funzionamento della piattaforma si fonda su un framework integrato composto da tre elementi principali: un sistema di fraud scoring automatizzato, controlli logici avanzati e un meccanismo di integrazione tra automazione e supervisione umana.

4.1 Fraud Score

Il Fraud Score rappresenta un indice sintetico di rischio assegnato a ogni evento, calcolato su scala 0–100 mediante la ponderazione di molteplici fattori, tra cui utilizzo di proxy o VPN, presenza in blacklist globali, anomalie di rate limiting, incongruenze geografiche, fingerprinting del dispositivo, pattern comportamentali e analisi della rete ASN di provenienza.

Tale approccio consente una classificazione automatizzata e configurabile del rischio, supportando decisioni operative rapide e scalabili.

$$\text{Fraud Score} = (w_1 \times \text{Proxy/VPN/Tor}) + (w_2 \times \text{Blacklist}) + (w_3 \times \text{RateLimiting}) + (w_4 \times \text{Geolocalizzazione}) + \dots + (w_n \times \text{ASN rischio})$$

Principali fattori:

- **Proxy/VPN/Tor** : Identifica l'uso di tecniche di anonimizzazione
- **Blacklist**: Verifica l'IP contro liste globali di IP segnalati
- **Rate Limiting**: Analizza traffico anomalo o automatizzato
- **Geolocalizzazione**: Confronta l'IP con la posizione dichiarata
- **Device Fingerprinting**: Confronta l'IP con la posizione dichiarata
- **Pattern comportamentali**: Rileva interazioni anomale
- **ASN a rischio**: Valuta la rete di origine per traffico sospetto

4.2 Controlli logici avanzati

Oltre alla valutazione del singolo evento, la piattaforma implementa analisi trasversali su cluster di conversioni per individuare schemi fraudolenti complessi. Tra i principali controlli figurano il monitoraggio di IP ricorrenti, la clusterizzazione temporale delle conversioni, l'analisi delle distribuzioni tecnologiche, la valutazione del rapporto click-conversion e l'analisi della geolocalizzazione rispetto al target di campagna.

Questa dimensione aggregata permette di individuare comportamenti coordinati o automatizzati difficilmente rilevabili tramite analisi puntuali.

4.3 Integrazione automazione-supervisione

La combinazione tra analisi automatizzata e revisione umana costituisce un ulteriore elemento distintivo del sistema. Il Fraud Score consente la rilevazione immediata di anomalie su larga scala, mentre le reportistiche logiche permettono agli operatori di condurre investigazioni approfondite e attività di threat hunting, migliorando progressivamente la capacità predittiva della piattaforma.

In sintesi, il nostro sistema garantisce una delle campagne, combinando rilevamento automatizzato con analisi logica avanzata per protezione completa e dettagliata ottimizzare la prevenzione delle frodi e il monitoraggio delle conversioni.

Il nostro sistema di calcolo del **Fraud Score (\$FS\$)** è alimentato da un modello di **Ensemble Learning**.

Il Modello "Random Forest" e la Feature Engineering

Analizziamo oltre 150 variabili per ogni evento. Il modello Random Forest non si limita a guardare l'IP, ma valuta la correlazione tra:

1. **Segnali Hardware:** GPU rendering, risoluzione reale vs dichiarata, stato della batteria.
2. **Segnali Comportamentali:** Analisi della curvatura del movimento del mouse e della velocità di digitazione (la digitazione dei bot è solitamente a intervalli costanti, quella umana è asincrona).
3. **Segnali di Rete:** Distanza tra l'IP dichiarato e il server di instradamento (analisi del TTL - Time To Live).

$$FS = \frac{\sum_{i=1}^n \omega_i \cdot \beta_i}{\kappa}$$

Dove ω è il peso della minaccia, β il segnale rilevato e κ il fattore di confidenza del modello.

4.4 IL COSTO OCCULTO: CRM Pollution e Lead Scoring Decay

Uno degli approfondimenti più critici per le aziende è il danno a lungo termine dei lead falsi.

- **Inquinamento Algoritmico:** Se il CRM accetta lead fraudolenti, i segnali di "successo" inviati a Meta, Google o LinkedIn sono errati. Le piattaforme inizieranno a ottimizzare le campagne cercando altri bot, distruggendo il ROI nel tempo.
- **Spreco Operativo:** ADPLAYON agisce come un "rene digitale", filtrando le tossine prima che entrino nel flusso sanguigno aziendale (Sales Team, Call Center, Automation Tools).

5. ANALISI MULTILIVELLO DEL TRAFFICO

ADPLAYON adotta un framework di analisi strutturato su tre livelli progressivi:

Il livello di ***general view*** consente una visione complessiva delle campagne mediante tecniche di anomaly detection basate su modelli di deep learning, permettendo l'identificazione precoce di criticità macroscopiche. Si osserva l'andamento generale delle campagne, segnalando eventuali criticità e fornendo un resoconto delle attività svolte e dei risultati ottenuti.

La ***advanced view*** introduce un'analisi più granulare del comportamento utente, impiegando classificatori supervisionati quali Random Forest e Gradient Boosting per individuare indicatori di frode a livello di singolo lead. Si analizzano i dati per individuare eventuali motivi di sospetto come click da bot o traffico proxy.

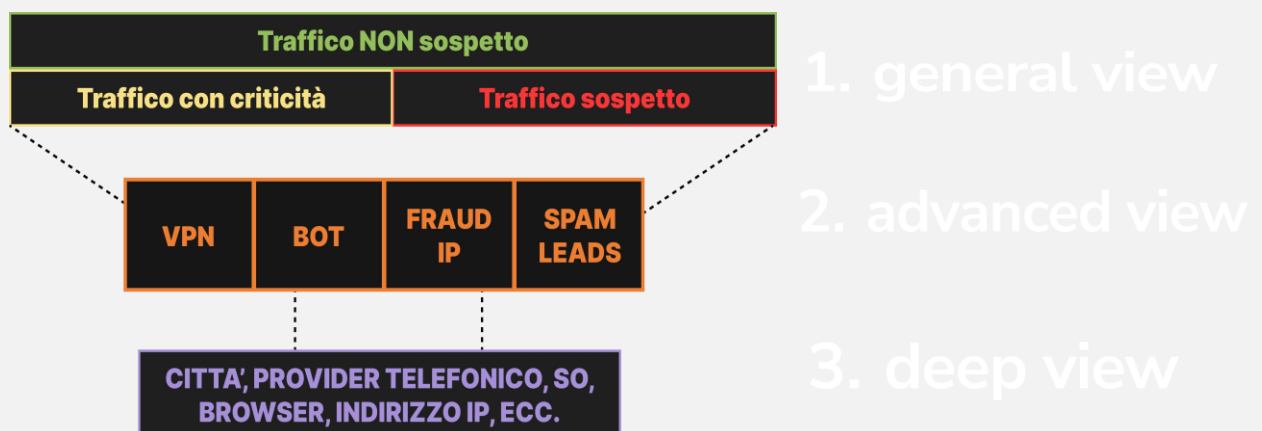
Infine, la ***deep view*** approfondisce l'analisi post-click delle conversioni attraverso algoritmi di clustering e regole di associazione, consentendo la valutazione dell'autenticità degli eventi e la misurazione accurata del ROI delle campagne.

Questa struttura multilivello garantisce una progressione logica dall'osservazione generale alla verifica puntuale delle conversioni.

Un altro aspetto altamente innovativo della piattaforma è la possibilità di personalizzare la stringenza dei controlli anti-frode in base alle esigenze specifiche di ogni campagna, sfruttando algoritmi di AI per ottimizzare automaticamente i parametri dei modelli di Machine Learning.

Gli inserzionisti possono impostare il livello di sensibilità dei controlli per adattarli al contesto particolare di ogni campagna, bilanciando la necessità di bloccare il traffico fraudolento con l'esigenza di non penalizzare eccessivamente il traffico legittimo.

La piattaforma utilizza tecniche di Reinforcement Learning per apprendere in modo autonomo la combinazione ottimale di parametri per ogni contesto, massimizzando le metriche di performance delle campagne.



1. Nella **general view** si osserva l'andamento generale delle campagne, segnalando eventuali criticità e fornendo un resoconto delle attività svolte e dei risultati ottenuti
2. Nella **advanced view** si analizzano i dati per individuare eventuali motivi di sospetto come click da bot o traffico proxy
3. Nella **deep view** si forniscono precisi dettagli sulla conversione dei lead, che consentono una valutazione accurata del ROI delle campagne.

6. ELEMENTI DI INNOVATIVITÀ E VALORE APPLICATIVO

L'innovazione principale della piattaforma risiede nell'approccio end-to-end alla qualità della lead generation, che integra monitoraggio del traffico, analisi comportamentale e attribuzione delle conversioni all'interno di un unico ecosistema tecnologico. La raccolta di segnali multipli e la costruzione di contesti correlativi consentono l'identificazione di attori malevoli anche in presenza di tecniche di evasione avanzate.

Ulteriori elementi distintivi includono la flessibilità nella configurazione dei criteri di controllo qualità, il supporto all'analisi retrospettiva degli eventi borderline e la capacità di apprendimento continuo del sistema, che migliora la resilienza rispetto a nuovi pattern di attacco.

Focus sulla lead generation e sull'attribuzione end-to-end

Mentre la maggior parte dei sistemi antifrode si concentra principalmente sul traffico display, la piattaforma è progettata specificatamente per proteggere l'intero funnel di lead generation, dall'acquisizione del contatto all'attribuzione della conversione finale.

Questo focus end-to-end consente alla piattaforma di offrire funzionalità su misura per i bisogni unici degli inserzionisti che puntano a generare e attribuire correttamente lead qualificati.

Modello di revenue sharing basato sulle performance

Un altro elemento di forte innovatività nel modello di business della piattaforma è il suo sistema di revenue sharing basato sulle performance. A differenza della maggior parte dei concorrenti, la piattaforma permette agli inserzionisti di pagare solo per i risultati effettivamente ottenuti, trattenendo una percentuale delle revenue generate dalle conversioni validate.

Questo approccio allinea gli incentivi della piattaforma con quelli degli inserzionisti, garantendo un ROI misurabile e trasparente.

Servizio di consulenza e supporto data-driven

Oltre alla piattaforma tecnologica vera e propria, l'azienda offre anche un servizio di consulenza e supporto data-driven, volto ad aiutare gli inserzionisti a massimizzare l'efficacia delle proprie campagne.

Un gruppo di data scientist e di esperti di marketing digitale lavora a stretto contatto con ogni cliente per definire la strategia più adatta, interpretare i dati, ottimizzare le campagne e fornire supporto strategico e tattico.

7. CASE HISTORY: OTTIMIZZAZIONE LEAD GENERATION NEL SETTORE INSURANCE

Dati basati su un progetto reale (simulato per scopi di ricerca).

Cliente: Multinazionale operante nel settore delle polizze vita (Lead Generation massiva su canali DEM e Social).

Problema: Tasso di conversione dei lead in contratti reali inferiore al **2%**. Elevato numero di reclami da parte del call center per "numeri inesistenti" o "utenti che non hanno mai richiesto il contatto".

Fase 1: Analisi Diagnostica (Audit)

Abbiamo integrato ADPLAYON in modalità "Shadow" (solo monitoraggio) per 15 giorni.

- **Risultato Audit:** Il **42%** dei lead generati risultava "SIVT" (Sophisticated Invalid Traffic). Di questi, il 15% proveniva da *Click Farms* estere che utilizzavano proxy italiani residenziali per apparire legittimi.

Fase 2: Implementazione Active Protection

Attivazione del blocco in tempo reale sui lead con \$FS > 80\$ e invio in "revisione manuale" per i lead con score tra 60 e 80

Fase 3: Risultati a 90 giorni

Metrica	Ante ADPLAYON	Post ADPLAYON	Variazione
CPL (Cost Per Lead)	€ 12,50	€ 14,00	+12% (Lead più puri)
Tasso di Conversione (Lead-to-Sale)	1,8%	4,2%	+133%
Efficienza Call Center	45% tempo perso	8% tempo perso	-82% spreco operativo
ROI Totale Campagna	120%	280%	+160%

Analisi di un caso reale con implementazione ADPLAYON.

- **Problema:** Il 42% dei lead era SIVT (Sophisticated Invalid Traffic). Il call center perdeva il 45% del tempo su contatti inesistenti.
- **Soluzione:** Integrazione della piattaforma in modalità "Active Blocking".
- **Risultati a 90 giorni:**
 - **Tasso di Conversione (Lead-to-Sale):** da 1,8% a **4,2% (+133%)**.
 - **Efficienza Operativa:** -82% di tempo perso dal Call Center su lead falsi.

8. GDPR & DATA ETHICS: PRIVACY-BY-DESIGN

In un'epoca di crescenti restrizioni sui cookie di terze parti, ADPLAYON si distingue per una gestione etica e legale del dato.

Anonimizzazione e Hashing

La piattaforma non memorizza dati PII (Personally Identifiable Information) in chiaro.

- **Hashing Irreversibile:** Ogni dato identificativo viene trasformato in una stringa alfanumerica tramite algoritmi di hashing (SHA-256) prima della memorizzazione.

- **Zero-Knowledge Proofs:** Possiamo convalidare se un utente è "buono" senza mai conoscere la sua identità reale, rispettando il principio di minimizzazione del dato (Art. 5 GDPR).

Sicurezza e Localizzazione dei Dati

In conformità con le sentenze *Schrems II*, ADPLAYON garantisce che tutti i dati dei cittadini europei siano elaborati in server localizzati all'interno dello Spazio Economico Europeo (Regione Google Cloud: europe-west8 - Milano/Torino).

Nell'era post-cookie, ADPLAYON garantisce la conformità ai più rigidi standard europei.

Cookieless & Zero-Knowledge Proofs

Non tracciamo l'identità dell'utente (PII), ma la sua "umanità". Utilizziamo l'Hashing SHA-256 per rendere anonimo ogni segnale. Possiamo dire "questo utente è reale" senza sapere chi sia, rispettando il principio di minimizzazione del dato (Art. 5 GDPR).

Explainable AI (XAI) & EU AI Act

In conformità con l'AI Act, ADPLAYON evita l'approccio "Black Box". Ogni punteggio è spiegabile: l'inserzionista può vedere i fattori che hanno portato allo scarto (es. "Pattern di digitazione sintetico"), garantendo trasparenza e prevenendo discriminazioni algoritmiche.

9. COLLABORAZIONI SCIENTIFICHE E INDUSTRIALIZZAZIONE

Il processo di sviluppo della piattaforma è supportato da collaborazioni con istituzioni accademiche e centri di ricerca, tra cui l'Università Politecnica delle Marche, il Dipartimento di Ingegneria dell'Informazione e il centro interdipartimentale CARMELO per la ricerca avanzata nell'ambito dell'intelligenza artificiale applicata al marketing digitale.

Ha sponsorizzato interamente assegni di ricerca con UNIVPM e DII dal 2022 al 2023 per lo e una borsa di ricerca nel 2024 con CARMELO per Università Politecnica delle Marche (UNIVPM).

Revelop SRL ha sponsorizzato interamente assegni di ricerca con UNIVPM e DII dal 2022 al 2023 per lo *"Studio e sviluppo di un sistema di misurazione, valutazione e*

predizione delle performance delle campagne di digital marketing" e una borsa di ricerca nel 2024 con CARMELO per "L'implementazione di modelli computazionali avanzati per l'intelligenza artificiale applicata agli strumenti di sales intelligence e customer analytics".

Le attività di ricerca hanno riguardato lo sviluppo di modelli predittivi per la valutazione delle performance delle campagne e l'implementazione di tecniche di AI applicate alla sales intelligence e customer analytics.

La fase di industrializzazione è stata ulteriormente rafforzata tramite consulenze specialistiche provenienti dal network **European Digital Innovation Hubs e AI Magister**, con particolare attenzione ai temi di intelligenza artificiale, protezione dei dati e marketing digitale avanzato.



Collaborazione con l'Università Politecnica delle Marche



European Digital Innovation Hubs e AI Magister

10. NOVITÀ 2026: ADVERIFY

DALLA VALIDAZIONE ALL'IMMUNIZZAZIONE

Dalla Validazione all'Immunizzazione

"In un mercato dove l'AI generativa ha reso le frodi pubblicitarie indistinguibili dalla realtà, la sicurezza non può più essere un accessorio: deve essere il sistema immunitario della vostra strategia.

In **ADPLAYON**, non ci limitiamo oggi nel 2026 a osservare i dati; li sottoponiamo a uno stress-test costante. La nostra missione è chiara: eliminare il rumore sintetico per restituire al marketing la sua verità economica.

Dopo il successo della nostra piattaforma proprietaria nel mappare le intenzioni d'acquisto, facciamo un ulteriore passo avanti nel campo **dell'Anti-Fraud Intelligence**. Integriamo nella nostra suite **Adverify**, la soluzione definitiva per chi non accetta più di finanziare l'inefficienza algoritmica."

Focus su Adverify (Cosa lo rende speciale nel 2026):

- **Audit in Real-Time, non Post-Mortem:** Adverify non vi dice chi vi ha derubato ieri, ma blocca l'emorragia di budget mentre sta avvenendo.
- **Certificazione della "Human Friction":** mentre le frodi sono fluide e perfette, il comportamento umano è disordinato. Adverify riconosce la preziosa imperfezione umana, distinguendola dalla fluidità sospetta dei sistemi sintetici.
- **Neutralità Terza:** È il giudice imparziale tra il brand e il network, garantendo che ogni centesimo investito raggiunga occhi (e cervelli) reali

Il servizio AD VERIFY, sviluppato da Revelop, si configura come una soluzione avanzata di "***Data Quality Assurance marketing***"

L'obiettivo primario è la validazione dei flussi di lead attraverso un sistema di scoring probabilistico, volto a garantire che le transazioni digitali siano riconducibili a identità reali e verificate. La trasformazione del processo avviene tramite un valore numero semplice 1-1000, che permette l'automazione dei processi di vendita.

Revelop non "legge" il dato, ma lo "pesa" confrontandolo con pattern statistici e metadati già in suo possesso. Questo approccio è conforme ai principi di Privacy by Design del GDPR (minimizzazione del dato).

Lo score viene generato attraverso un processo di **Hashing e Pattern Matching**.

Revelop riceve il dato in forma criptata o tramite flussi che non ne permettono la visualizzazione umana, restituendo un valore puramente matematico basato sulla qualità del segnale digitale ricevuto.

AD VERIFY permette di verificare e autenticare un utente in pochi secondi, attraverso una registrazione su una landing page, utilizzando semplicemente numero di telefono, e-mail, o entrambi.



I passaggi dell'utente:

- L'utente si registra su una landing page inserendo i suoi dati
- AD VERIFY attiva il suo motore di intelligence e scansiona in tempo reale le principali piattaforme (come Amazon, iTunes, Apple Store, Telegram, Facebook e molte altre) verificando l'identità dell'utente
- In questo modo AD VERIFY identifica la veridicità dell'utente

Dopo aver effettuato le analisi, AD VERIFY consegna un output immediato che indica: livello di veridicità dell'utente, grado di autenticità del profilo e presenza online verificata.

I benefici strategici nell'utilizzo di AdVerify sono la riduzione drastica dei costi derivanti dalla gestione di lead errati, duplicati o fraudolenti, consentendo l'ottimizzazione del ROI pubblicitario, trasformare il servizio da costo tecnico a opportunità rendendo efficaci le attività di comunicazione nell'utilizzo del call center e, inoltre, l'utilizzo di uno strumento di verifica che rispetta i più alti standard di protezione dei dati, eliminando i rischi legali associati a pratiche di raccolta dati non conformi.

11. CONCLUSIONI

La ricerca presentata dimostra che il superamento dei limiti dei player generalisti è una necessità competitiva. Attraverso lo sviluppo di algoritmi di scoring probabilistico e l'applicazione del rigore accademico di Revelop, abbiamo dimostrato che è possibile trasformare la difesa contro le frodi online in un asset di redditività.

Non si tratta semplicemente di "pulire" il traffico, ma di governare l'intero ecosistema della qualità per estrarre valore certo da ogni singola conversione.

ADPLAYON non è solo il futuro dell'antifrode; **è il presente del marketing sostenibile e trasparente.** La ricerca condotta con l'UNIVPM e i centri CARMELO e DII dimostra che la Data Quality non è più una funzione tecnica, ma una funzione finanziaria. Chi non protegge i propri flussi di acquisizione oggi, sta deliberatamente accettando una svalutazione della propria intelligenza aziendale.

ADPLAYON trasforma la difesa cibernetica in redditività pura, garantendo che ogni euro investito in advertising generi un valore umano, reale e verificabile.

I risultati di questa analisi confermano che l'era dell'advertising basato sulla fiducia implicita è giunta al termine: oggi, l'unica metrica di valore reale è **l'integrità verificabile del dato**

Attraverso lo sviluppo di algoritmi di scoring probabilistico e l'applicazione del rigore accademico di Revelop, abbiamo dimostrato che è possibile trasformare la difesa contro le frodi online in un asset di redditività. Non si tratta semplicemente di "pulire" il traffico, ma di governare l'intero ecosistema della qualità per estrarre valore certo da ogni singola conversione.

ADPLAYON rappresenta una soluzione tecnologica avanzata per il contrasto alle frodi e l'ottimizzazione delle campagne di lead generation, integrando innovazione infrastrutturale, metodologie di machine learning e un modello analitico end-to-end. L'architettura modulare, il framework antifrode multilivello e le collaborazioni scientifiche contribuiscono a posizionare la piattaforma come strumento di riferimento per la gestione della qualità del traffico e delle conversioni nel marketing digitale.

L'adozione di sistemi di questo tipo appare destinata a diventare un elemento centrale nelle strategie di digital advertising, in quanto abilita una misurazione più affidabile delle performance e un utilizzo più efficiente degli investimenti.