

Publicità Italia

CREATIVITY | MARKETING | MEDIA

DIGITAL

PITCH | WORLD | PEOPLE

/ aziende

DIGITOUCH, IL TOCCO PER FARE BUSINESS

13 MARZO 2017



PAOLO MARDEGAN

di Fiorella Cipolletta

Passione per il digitale e bernoccolo degli affari sono stati gli ingredienti che hanno dato vita a quella che oggi è una tra le più affermate agenzie indipendenti digitali, anzi 'Mar Tech'.

DigiTouch nasce nel 2007 dall'ambizione e dal sogno di 6 amici e ex colleghi – **Gianni Matera, Paolo Mardegan, Daniele Meini, Simone Ranucci Brandimarte, Federico Lazzarovich e Michele Ampollini** -. Una storia come quelle che nascono nei garage della Silicon Valley. Ai quei tempi Facebook esordiva in Italia e non esistevano ancora i device mobile. La rivoluzione del digitale, che oggi detta le regole ai mercati, era solo agli esordi, ma per quei pochi illuminati e visionari era il futuro del business. Così il 12 marzo 2007 nasce DigiTouch, un'agenzia di digital advertising. All'inizio per il gruppo di amici imprenditori sono solo stipendi bassi e nessun finanziamento dalle banche. L'agenzia cresce e performa bene

anno su anno sino ad arrivare a fatturare 7 milioni e fare utili per 1 milione. A quel punto è

necessaria una svolta.

“Decidemmo quindi di tentare un ulteriore salto con la quotazione in Borsa (sul listino AIM Italia da marzo 2015, ndr) – racconta alla nostra testata Mardegan -, e con l’acquisizione dell’agenzia interattiva **E3** è nato uno dei principali gruppi indipendenti attivi nel digital marketing in Italia”, che impiega oltre 100 persone e ha chiuso lo scorso anno con un fatturato di circa 26 milioni di euro.

Il Gruppo è oggi a capo di quattro agenzie (**DigiTouch Agency**, **Performedia**, **E3** e **Optimized Group**), dall’agency trading desk **DAPcenter**, della piattaforma di mobile data profiling e analytics **Audiens** e dei vertical **MutuiPerLaCasa.com** e **Autoandplus.com**. Ciò che distingue il Gruppo DigiTouch dai competitor è il suo approccio particolarmente focalizzato sulla consulenza strategica.

“Non vogliamo essere l’agenzia che pianifica la pubblicità – sottolinea Mardegan – ma un partner per fare business utilizzando le leve della tecnologia e del marketing. La nostra tecnologia e l’individuazione della corretta chiave di lettura dei dati, unita alle competenze multidisciplinari, ci permette di evidenziare a colpo d’occhio un trend o un evento rilevante per il cliente. Con il nostro servizio di data intelligence organizziamo e interpretiamo diverse fonti di dati (di prima, seconda e terza parte) in modo da poter realizzare strumenti di business intelligence che consentano al cliente di migliorare la propria strategia di business, tanto online quanto offline”.

Se i prossimi 10 anni di DigiTouch saranno ancora all’insegna “della continuità e del cambiamento, attitudini che ci hanno sempre caratterizzato – continua Mardegan -, il 2017 è l’anno della raccolta e dei risultati”.

Il 30 marzo è attesa l’approvazione del progetto di bilancio di esercizio chiuso al 31 dicembre 2016. Prima di allora, il 16 marzo all’Apollo Club di Milano il Gruppo festeggerà con la serata con la serata disco DieciTouch (diecitouch-party.gruppodigitouch.it) un decennio di storia insieme a quanti hanno contribuito a raggiungere questo importante traguardo: dipendenti, amici, clienti, fornitori e collaboratori.

Condividi  Mi piace 2

 G+

 Tweet

 Share

 Pin it



Submit



TAGS

E3, Performedia, DigiTouch, Simone Ranucci Brandimarte, Paolo Mardegan, MutuiPerLaCasa.com, Optimized Group, DigiTouch Agency, AutoandPlus.com, Gianni Matera, Daniele Meini, Federico Lazzarovich, Michele Ampollini

<http://www.pubblicitaitalia.it/2017031370007/digital/digitouch-il-tocco-per-fare-business>