

RASSEGNA STAMPA

Aprile 2018

**Insieme a Performedia Morellato lancia online la
campagna dedicata a Perfetta**

Indice

2018.04.10 **DAILY NET**

MORELLATO SUL DIGITAL PER LA NUOVA COLLEZIONE DI GIOIELLI PERFETTA. PIANIFICA PERFORMEDIA

2018.04.10 **DAILYONLINE.IT**

MORELLATO SUL DIGITAL PER LA NUOVA COLLEZIONE DI GIOIELLI PERFETTA. PIANIFICA PERFORMEDIA

2018.04.10 **PUBBLI.COMNOW!**

MORELLATO LANCIA ONLINE "PERFETTA" CON PERFORMEDIA

2018.04.10 **PUBBLICITA' ITALIA TODAY**

MORELLATO SCEGLIE PERFORMEDIA PER LA COLLEZIONE 'PERFETTA'

2018.04.10 **PUBBLICITAITALIA.IT**

MORELLATO SCEGLIE PERFORMEDIA PER LA COLLEZIONE PERFETTA

2018.04.09 **ADCGROUP.IT**

MORELLATO SCEGLIE PERFORMEDIA PER IL LANCIO ONLINE DELLA CAMPAGNA DEDICATA A PERFETTA

2018.04.09 **ADVERTISER.IT**

IL DATA-DIRIVEN DIGITAL ADV DI PERFORMEDIA PER IL LANCIO DI PERFETTA, LA NUOVA COLLEZIONE DI MORELLA

2018.04.09 **ADVFN.COM**

DIGITOUCH: MORELLATO SCEGLIE PERFORMEDIA PER LANCIO NUOVA COLLEZIONE

2018.04.09 **ADVFN.COM**

DIGITOUCH: OLIVIERI, ASSISTE MORELLATO PER CAMPAGNA ADV

2018.04.09 **AFFARITALIANI.IT**

MEDIASET, AMPLIFON, DIGITOUCH ECCO GLI AFFARI A PIAZZA AFFARI

2018.04.09 **BORSAITALIANA.IT**

DIGITOUCH (AIM) - PERFORMEDIA LANCIA CAMPAGNA ONLINE CON MORELLATO

2018.04.09 **CLASSEEDITORI.IT**

DIGITOUCH: MORELLATO SCEGLIE PERFORMEDIA PER LANCIO NUOVA COLLEZIONE

2018.04.09 **CLASSEEDITORI.IT**

DIGITOUCH: OLIVIERI, ASSISTE MORELLATO PER CAMPAGNA ADV

2018.04.09 **ENGAGE.IT**

MORELLATO SCEGLIE PERFORMEDIA PER IL DIGITAL ADVERTISING E VA ONLINE CON I GIOIELLI PERFETTA

2018.04.09 **MARKETINSIGHT.IT**

DIGITOUCH (AIM) PERFORMEDIA LANCIA CAMPAGNA ONLINE CON MORELLATO

2018.04.09 **MEDIAKEY.TV**

INSIEME A PERFORMEDIA MORELLATO LANCIA ONLINE LA CAMPAGNA DEDICATA A PERFETTA

2018.04.09 **MILANOFINANZA.IT**

DIGITOUCH: MORELLATO SCEGLIE PERFORMEDIA PER LANCIO NUOVA COLLEZIONE

2018.04.09 **MILANOFINANZA.IT**

DIGITOUCH: OLIVIERI, ASSISTE MORELLATO PER CAMPAGNA ADV

2018.04.09 **TGCOM24.MEDIASET.IT**

DIGITOUCH: MORELLATO SCEGLIE PERFORMEDIA PER LANCIO NUOVA COLLEZIONE

2018.04.09 **TGCOM24.MEDIASET.IT**

DIGITOUCH: OLIVIERI, ASSISTE MORELLATO PER CAMPAGNA ADV

2018.04.09 **UOMINIEDONNECOMUNICAZIONE.COM**

INSIEME A PERFORMEDIA, MORELLATO LANCIA ONLINE LA CAMPAGNA SU PERFETTA

2018.04.09 **YOUMARK.IT**

MORELLATO INSIEME A PERFORMEDIA LANCIA ONLINE LA CAMPAGNA DEDICATA A PERFETTA

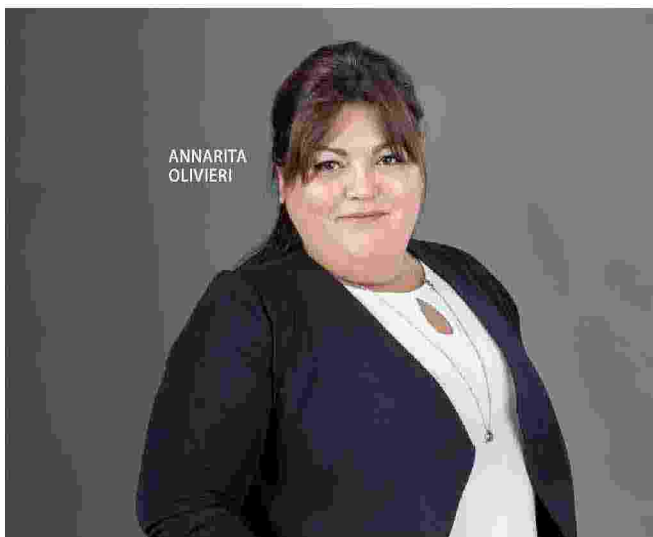
Campagne Morellato sul digital per la nuova collezione di gioielli Perfetta. Pianifica Performedia

Il celebre marchio promuove la novità con influencer e un piano basato sul personal branding. L'attività è solo una parte della partnership tra le due realtà

SARA VIOLA



ANNARITA OLIVIERI



Morellato, noto gruppo italiano di gioielleria e orologeria, ha presentato a fine febbraio la nuova Collezione di gioielli Perfetta, che omaggia il sentimento dell'amicizia, affidando la campagna di lancio sui media digitali a Performedia, centro media del Gruppo DigiTouch. Il celebre brand dei "gioielli da vivere" ha scelto di raccontare la nuova collezione Perfetta attraverso una storia di amicizia interpretata da tre giovani influencer, Gabrielle Caunesil, Paola Turani e Alba Rico e ha declinato la campagna di comunicazione su tutti i canali media.

PERFORMANCE BRANDING

Per la promozione sui media di-

gitali Performedia ha adottato un approccio Performance Branding basato sull'utilizzo dei dati e che permetterà ai canali della parte bassa del funnel di capitalizzare gli investimenti effettuati in brand awareness. La scelta delle testimonial della nuova collezione è disrupting e strategica in quanto permette a Morellato di creare un forte appeal sul target giovane e cross country, attraverso le tre giovani influencer molto seguite in Italia, Francia e Spagna dove la campagna è attiva.

DIVERSE TIPOLOGIE DI TARGETING

Pianificata con approccio data-driven, la campagna di digital advertising sarà erogata applicando diverse tipologie di targetizzazione che permettono l'identificazione di audience di interesse per il brand, l'allargamento del target anche a fasce di età più giovani e la massimizzazione dei risultati grazie a una costante ottimizzazione ongoing del media planning, volta a minimizzare la dispersione su target non strategici.

MOMENTO DECISIVO

"Questo periodo dell'anno rappresenta per il nostro settore un momento decisivo per il lan-

cio delle nuove collezioni. Diventa quindi fondamentale avere un piano di comunicazione efficace sia in termini di contenuto che di scelta dei media. Siamo felici di poter contare su un partner preparato come Performedia del quale abbiamo apprezzato molto anche lo spirito propositivo e consulenziale che ci permette di trarre il massimo vantaggio dalla nostra attività di promozione online", afferma Sara Viola, Marketing e Digital Director del gruppo Morellato.

LANCIO EUROPEO

"Siamo lieti di poter supportare Morellato nella campagna di lancio della sua nuova collezione in Italia, Spagna e Francia. Crediamo fermamente che il branding sia un valido strumento al servizio delle performance, se adeguatamente supportato da expertise e tecnologie data-driven. A ciò si aggiunge il vantaggio di aver già collaborato con Morellato per il precedente lancio autunnale e avere già acquisito i valori del brand, elemento importante per massimizzare l'efficacia delle attività adv", afferma Annarita Olivieri, Managing Director di Performedia.

PARTNERSHIP PIÙ AMPIA

La campagna per il lancio della collezione Perfetta s'inserisce nell'ambito della collaborazione a più ampio respiro che Morellato ha attivato con Performedia per la gestione di tutte le attività di digital advertising del brand.

MORELLATO SUL DIGITAL PER LA NUOVA COLLEZIONE DI GIOIELLI PERFETTA. PIANIFICA PERFORMEDIA

Il celebre marchio promuove la novità con influencer e un piano basato sul personal branding. L'attività è solo una parte della partnership tra le due realtà. Morellato, noto gruppo italiano di gioielleria e orologeria, ha presentato a fine febbraio la nuova Collezione di gioielli Perfetta, che omaggia il sentimento dell'amicizia, affidando la campagna di lancio sui media digitali a Performedia, centro media del Gruppo DigiTouch. Il celebre brand dei "gioielli da vivere" ha scelto di raccontare la nuova collezione Perfetta attraverso una storia di amicizia interpretata da tre giovani influencer, Gabrielle Caunesil, Paola Turani e Alba Rico e ha declinato la campagna di comunicazione su tutti i canali media. Performance Branding Per la promozione sui media digitali Performedia ha adottato un approccio Performance Branding basato sull'utilizzo dei dati e che permetterà ai canali della parte bassa del funnel di capitalizzare gli investimenti effettuati in brand awareness. La scelta delle testimonial della nuova collezione è disrupting e strategica in quanto permette a Morellato di creare un forte appeal sul target giovane e cross country, attraverso le tre giovani influencer molto seguite in Italia, Francia e Spagna dove la campagna è attiva. Diverse tipologie di targeting

Pianificata con approccio data-driven, la campagna di digital adv sarà erogata applicando diverse tipologie di targetizzazione che permettono l'identificazione di audience di interesse per il brand, l'allargamento del target anche a fasce di età più giovani e la massimizzazione dei risultati grazie a una costante ottimizzazione on going del media planning, volta a minimizzare la dispersione su target non strategici. Momento decisivo

"Questo periodo dell'anno rappresenta per il nostro settore un momento decisivo per il lancio delle nuove collezioni. Diventa quindi fondamentale avere un piano di comunicazione efficace sia in termini di contenuto che di scelta dei media. Siamo felici di poter contare su un partner preparato come Performedia del quale abbiamo apprezzato molto anche lo spirito propositivo e consulenziale che ci permette di trarre il massimo vantaggio dalla nostra attività di promozione online", afferma Sara Viola, marketing e digital director del gruppo Morellato. Lancio europeo

"Siamo lieti di poter supportare Morellato nella campagna di lancio della sua nuova collezione in Italia, Spagna e Francia. Crediamo fermamente che il branding sia un valido strumento al servizio delle performance, se adeguatamente supportato da expertise e tecnologie data-driven. A ciò si aggiunge il vantaggio di aver già collaborato con Morellato per il precedente lancio autunnale e avere già acquisito i valori del brand, elemento importante per massimizzare l'efficacia delle attività adv", afferma Annarita Olivieri, managing director di Performedia. La campagna per il lancio della collezione Perfetta s'inserisce

nell'ambito della collaborazione a più ampio respiro che Morellato ha attivato con Performedia per la gestione di tutte le attività di digital advertising del brand.

WEB

Morellato lancia online “Perfetta” con Performedia

A fine febbraio Morellato ha presentato la collezione di gioielli Perfetta, che celebra il sentimento dell'amizizia, affidando la campagna di lancio sui media digitali a Performedia, centro media del Gruppo DigiTouch. La linea viene raccontata attraverso una storia di amicizia interpretata dalle tre giovani influencer Gabrielle Caunesil, Paola Turani e Alba Rico. Performedia ha adottato un approccio performance branding ba-

sato sull'utilizzo dei dati e che permetterà ai canali della parte bassa del funnel di capitalizzare gli investimenti effettuati in brand awareness. La scelta delle testimonial della nuova collezione è disrupting e strategica in quanto permette a Morellato di creare un forte appeal sul target giovane e cross country, attraverso le tre giovani influencer molto seguite in Italia, Francia e Spagna dove la campagna è attiva. Pianificata

con approccio data-driven, la campagna sarà erogata applicando diverse tipologie di targetizzazione che permettono l'identificazione di audience di interesse per il brand, l'allargamento del target anche a fasce di età più giovani e la massimizzazione dei risultati grazie a una costante ottimizzazione on going del media planning, volta a minimizzare la dispersione su target non strategici. La campagna Perfetta si



inserisce nell'ambito della collaborazione a più ampio respiro che Morellato ha attivato con Performedia per la gestione di tutte le attività di digital advertising.

[illegible]

TRE GIOVANI INFLUENCER PROTAGONISTE DELL'OPERAZIONE

MORELLATO SCEGLIE PERFORMEDIA PER LA COLLEZIONE 'PERFETTA'

Morellato ha presentato a fine febbraio la nuova collezione di gioielli 'Perfetta', che omaggia il sentimento dell'amicizia, affidando la campagna di lancio sui mezzi digitali a



Annarita Olivieri, managing director di Performedia

Performedia, centro media del **Gruppo DigiTouch**. Il celebre brand dei 'gioielli da vivere' ha scelto di raccontare la nuova collezione attraverso una storia di amicizia interpretata da tre giovani influencer, **Gabriele Caunesil, Paola Turani** e **Alba Rico** e ha declinato la campagna di comunicazione su tutti i canali media. Per la promozione sui media digitali Performedia ha adottato un approccio performance branding basato sull'utilizzo dei dati e che permetterà ai canali della parte bassa del fun-

nel di capitalizzare gli investimenti effettuati in brand awareness. La scelta delle testimonial della nuova collezione è disrupting e strategica in quanto permette a Morellato di creare un forte appeal sul target giovane e cross country, attraverso le tre giovani influencer molto seguite in Italia, Francia e Spagna dove la campagna è attiva. Pianificata con approccio data-driven, la campagna di digital adv sarà erogata applicando diverse tipologie di targetizzazione che permettono l'identificazio-

ne di audience di interesse per il brand, l'allargamento del target anche a fasce di età più giovani e la massimizzazione dei risultati grazie a una costante ottimizzazione on going del media planning, volta a minimizzare la dispersione su target non strategici. La campagna per il lancio della collezione Perfetta si inserisce nell'ambito della collaborazione a più ampio respiro che Morellato ha attivato con Performedia per la gestione di tutte le attività di digital advertising del brand.



Per offrirti un'esperienza di navigazione ottimizzata e in linea con le tue preferenze, Tvn Media Group - Tvn S.r.l. e i suoi partner utilizzano cookies, anche di terze parti. Chiudendo questo banner acconsenti al loro impiego in conformità alla nostra Cookie Policy. **Maggiori Informazioni** [Ok](#)



CHI SIAMO CONTATTI ABBONAMENTI



- [Il Today](#)
- [Multimedia](#)
- [Il Mensile](#)
- [News Alert](#)

cerca in Pubblicitaitalia.it

CREATIVITY | MARKETING | MEDIA DIGITAL PITCH | WORLD | PEOPLE | DATACENTER | GUEST ROOM

/incarichi

MORELLATO SCEGLIE PERFORMEDIA PER LA COLLEZIONE 'PERFETTA'

10 APRILE 2018



ANNARITA OLIVIERI, MANAGING DIRECTOR DI PERFORMEDIA

Morellato ha presentato a fine febbraio la nuova collezione di gioielli 'Perfetta', che omaggia il sentimento dell'amicizia, affidando la campagna di lancio sui mezzi digitali a **Performedia**, centro media del Gruppo DigiTouch.

Il celebre brand dei 'gioielli da vivere' ha scelto di raccontare la nuova collezione attraverso una storia di amicizia interpretata da tre giovani influencer, **Gabrielle Caunesil, Paola Turani e Alba Rico** e ha declinato la campagna di comunicazione su tutti i canali media.

Per la promozione sui media digitali Performedia ha adottato un approccio performance branding basato sull'utilizzo dei dati e che permetterà ai canali della parte bassa del funnel di capitalizzare gli investimenti effettuati in brand awareness.

La scelta delle testimonial della nuova collezione è disrupting e strategica in quanto permette a Morellato di creare un forte appeal sul target giovane e cross country, attraverso le tre giovani influencer molto

seguite in Italia, Francia e Spagna dove la campagna è attiva.

Pianificata con approccio data-driven, la campagna di digital adv sarà erogata applicando diverse tipologie di targetizzazione che permettono l'identificazione di audience di interesse per il brand, l'allargamento del target anche a fasce di età più giovani e la massimizzazione dei risultati grazie a una costante ottimizzazione on going del media planning, volta a minimizzare la dispersione su target non strategici.

La campagna per il lancio della collezione Perfetta si inserisce nell'ambito della collaborazione a più ampio respiro che Morellato ha attivato con Performedia per la gestione di tutte le attività di digital advertising del brand.



MORELLATO SCEGLIE PERFORMEDIA PER IL LANCIO ONLINE DELLA CAMPAGNA DEDICATA A PERFETTA

Inserita nel piano complessivo di comunicazione, la campagna digital della nuova collezione di gioielli è sviluppata in logica Performance Branding dal centro media del Gruppo DigiTouch.

Morellato, il più importante gruppo italiano di gioielleria e orologeria in Europa, ha presentato a fine febbraio la nuova Collezione di gioielli Perfetta, che omaggia il sentimento dell'amicizia, affidando la campagna di lancio sui media digitali a Performedia, centro media del Gruppo DigiTouch (società quotata sul mercato AIM Italia).

Il celebre brand dei "gioielli da vivere" ha scelto di raccontare la nuova collezione Perfetta attraverso una storia di amicizia interpretata da tre giovani influencer, Gabrielle Caunesil, Paola Turani e Alba Rico e ha declinato la campagna di comunicazione su tutti i canali media.

Per la promozione sui media digitali Performedia ha adottato un approccio Performance Branding basato sull'utilizzo dei dati e che permetterà ai canali della parte bassa del funnel di capitalizzare gli investimenti effettuati in brand awareness.

La scelta delle testimonial della nuova collezione è disrupting e strategica in quanto permette a Morellato di creare un forte appeal sul target giovane e cross country, attraverso le tre giovani influencer molto seguite in Italia, Francia e Spagna dove la campagna è attiva.

Pianificata con approccio data-driven, la campagna di digital adv sarà erogata applicando diverse tipologie di targetizzazione che permettono l'identificazione di audience di interesse per il brand, l'allargamento del target anche a fasce di età più giovani e la massimizzazione dei risultati grazie a una costante ottimizzazione on going del media planning, volta a minimizzare la dispersione su target non strategici.

«Questo periodo dell'anno rappresenta per il nostro settore un momento decisivo per il lancio delle nuove collezioni. Diventa quindi fondamentale avere un piano di comunicazione efficace sia in termini di contenuto che di scelta dei media. Siamo felici di poter contare su un partner preparato come Performedia del quale abbiamo apprezzato molto anche lo spirito propositivo e consulenziale che ci permette di trarre il massimo vantaggio dalla nostra attività di promozione online», afferma Sara Viola, Marketing e Digital Director del gruppo Morellato.

«Siamo lieti di poter supportare Morellato nella campagna di lancio della sua nuova collezione in Italia, Spagna e Francia. Crediamo fermamente che il branding sia un valido strumento al servizio delle performance, se adeguatamente supportato da expertise e tecnologie data-driven. A ciò si aggiunge il vantaggio di aver già collaborato con Morellato per il precedente lancio autunnale e avere già acquisito i valori del brand, elemento importante per massimizzare l'efficacia delle attività adv», afferma Annarita Olivieri (nella foto), Managing Director di Performedia.

La campagna per il lancio della collezione Perfetta si inserisce nell'ambito della collaborazione a più ampio respiro che Morellato ha attivato con Performedia per la gestione di tutte le attività di digital advertising del brand.

Il premio dedicato all'eccellenza italiana

Per offrirti un'esperienza di navigazione ottimizzata e in linea con le tue preferenze, Tyn Media Group - Tyn S.r.l. e i suoi partner utilizzano cookies, anche di terze parti. Chiudendo questo banner accetti il loro impiego in conformità alla nostra Cookie Policy. [Maggiori Informazioni](#)

HOME CHI SIAMO CONTATTI ABBONAMENTI AGENDA IL MAGAZINE GLI SPECIALI

Advertiser

COMMUNICATION STRATEGIES

CERCA IN ADVERTISER.IT

BRAND | MEDIA | MOBILE | RICERCHE | AZIENDE | AGENZIE | PEOPLE

/ brand/pubblicità

IL DATA-DIRIVEN DIGITAL ADV DI PERFORMEDIA PER PERFETTA, LA NUOVA COLLEZIONE DI MORELLATO

9 Aprile 2018



Morellato ha presentato a fine febbraio la nuova Collezione di gioielli **Perfetta**, che omaggia il sentimento dell'amicizia, affidando la campagna di lancio sui media digitali a **Performedia**, centro media del Gruppo **DigiTouch**.

La scelta è stata quella di raccontare la nuova collezione Perfetta attraverso una storia di amicizia interpretata da tre giovani *influencer*,

Gabrielle Caunesil, Paola Turani e Alba Rico; la promozione sui media digitali ha visto Performedia adottare un approccio *Performance Branding* basato sull'utilizzo dei dati, che permette ai canali della parte bassa del *funnel* di capitalizzare gli investimenti effettuati in *brand awareness*.

La scelta delle testimonial della nuova collezione è *disrupting* e strategica in quanto permette a Morellato di creare un forte *appeal* sul target giovane e *cross country*, attraverso le tre giovani *influencer* molto seguite in Italia, Francia e Spagna, dove la campagna è attiva.

Pianificata con approccio *data-driven*, la campagna di *digital adv* sarà erogata applicando diverse tipologie di targetizzazione che permettono l'identificazione di audience di interesse per il brand, l'allargamento del target anche a fasce di età più giovani e la massimizzazione dei risultati grazie a una costante ottimizzazione *on going* del *media planning*, volta a minimizzare la dispersione su target non strategici.

“Questo periodo dell'anno rappresenta per il nostro settore un momento decisivo per il lancio delle nuove collezioni. Diventa quindi fondamentale avere un piano di comunicazione efficace sia in termini di contenuto che di scelta dei media”. spiega Sara Viola, Marketing e Digital Director del gruppo Morellato (nella foto).

“Siamo lieti di poter supportare Morellato nella campagna di lancio della sua nuova collezione in Italia, Spagna e Francia”, conclude Annarita

Olivieri, Managing Director di Performedia. “Crediamo fermamente che il branding sia un valido strumento al servizio delle performance; a ciò si aggiunge il vantaggio di aver già collaborato con Morellato per il precedente lancio autunnale e avere già acquisito i valori del brand, elemento importante per massimizzare l'efficacia delle attività *adv*”.



La campagna per il lancio della collezione Perfetta si inserisce nell'ambito della collaborazione a più ampio respiro che Morellato ha attivato con Performedia per la gestione di tutte le attività di digital advertising del brand.

TAGS

morellato, performedia, data-driven, perfetta, digital adv

ARTICOLI CORRELATI

- *Video social-first e data driven marketing per la campagna di Land Rover con Mosaicoon*
- *4w MarketPlace punta sulla tecnologia e accelera il processo di unificazione dei formati sotto un'unica piattaforma*
- *The Beef firma la nuova campagna worldwide di Morellato. Su stampa, web, social e tv*

Commenti: 0

Ordina per **Novità** ↕



Aggiungi un commento...

Plug-in Commenti di Facebook

HOME CHI SIAMO CONTATTI ABBONAMENTI AGENDA IL MAGAZINE GLI SPECIALI PUBBLICITÀ PRIVACY CONDIZIONI D'USO



BRAND

- Nuovo spot 30" Old Wild West. Pianificazione in esclusiva su Sky Sport MotoGP e su TV8
- StarCasinò in tv con il nuovo spot, da vivere anche su pc e mobile grazie alla gamification
- Il data-diriven digital adv di Performedia per Perfetta, la nuova

MEDIA

- UNI affida a The Key la campagna istituzionale #iomiuisco alla stazione MM3 Lodi TIBB a Milano
- ParkingGO scelta da Warner Bros. e WePromo per promuovere Rampage – Furia Animale
- I "Me Contro Te" si raccontano in

MOBILE

- AdKaora presenta Eclipse, nuovo formato video In-Image con tecnologia seedtag
- Le soluzioni drive to store di Waze massimizzano il traffico verso i punti vendita di Fastweb
- Auchan Italia lancia AuchanSpeedy, la app di pagamento

RICERCHE

- Citynews sempre più vicino al primato nella classifica News. In polemica con Audiweb
- Affiliate Marketing: Awin presenta la seconda edizione dell'Awin Report
- Advertising Expenditure Forecast: Zenith vede il digitale a

AZIENDE

- S4M integra adsquare in Fusio per calcolare le visite incremental ai punti vendita
- Triboo lancia Triboo Academy, il proprio centro di formazione sul digitale
- Martino Midali: boom dell'eCommerce. L'anno scorso chiusura a +87%

AGENZIE

- FCB Milan si aggiudica la gara per la campagna Crédit Agricole
- Soluzione Group si aggiudica la social media strategy del brand Medusa
- Bayer sceglie True Company per promuovere il brand di integratori Supradyn

PEOPLE

- Luca Iannucci e Pas Frezza nuovi direttori creativi
- Stefania Lacarte nominata Responsabile della Comunicazione per il Sud Europa
- Sonia Cosentino entra a far parte dell'agenzia



09/04/2018 14:24:30

0422 1695358

Iscrizione Gratuita

Login

Monitor

Quotazioni

Grafici

Book

Desktop

Portafoglio

Notifiche

Toplist

Notizie

Follow Feed

Forum

PLUS1

B

Titoli di Stato

Materie Prime

Forex

Panoramica

CFD

Rating

Ricerca Quotazioni

Quotazione Grafico Book Ordini **Notizie** Dividendi Bilanci Storico

Digitouch (BIT)

BIT:DGT

Ok

Digitouch: Morellato sceglie Performedia per lancio nuova collezione

Data : 09/04/2018 @ 14:04

Fonte : MF Dow Jones (Italiano)

Titolo : Digitouch (DGT)

Quotazione : **+ 1.485 0.065 (4.58%) @ 14:05**[Quotazione Digitouch](#)[Grafico](#)**Digitouch: Morellato sceglie Performedia per lancio nuova collezione**

Morellato, gruppo italiano di gioielleria e orologeria, ha affidato la campagna di lancio sui media digital della nuova collezione - presentata a fine febbraio - a Performedia, centro media di Digitouch (società quotata sull'Aim Italia).

Il celebre brand dei 'gioielli da vivere', spiega una nota, ha scelto di raccontare la nuova collezione denominata 'Perfetta' attraverso una storia di amicizia interpretata da tre giovani influencer, Gabrielle Caunesil, Paola Turani e Alba Rico e ha declinato la campagna di comunicazione su tutti i canali media.

Per la promozione sui media digitali, in dettaglio, Performedia ha adottato un approccio Performance Branding basato sull'utilizzo dei dati e che permetterà ai canali della parte bassa del funnel di capitalizzare gli investimenti effettuati in brand awareness.

La scelta delle testimonial della nuova collezione è strategica in quanto permette a Morellato di creare un forte appeal sul target giovane e cross country, attraverso le tre giovani influencer molto seguite in Italia, Francia e Spagna dove la campagna è attiva.

La campagna per il lancio della collezione Perfetta si inserisce nell'ambito della collaborazione a più ampio respiro che Morellato ha attivato con Performedia per la gestione di tutte le attività di digital advertising del brand.

com/gco

giorgia.cococcioni@mfdowjones.it

MF-DJ NEWS

0913:47 apr 2018

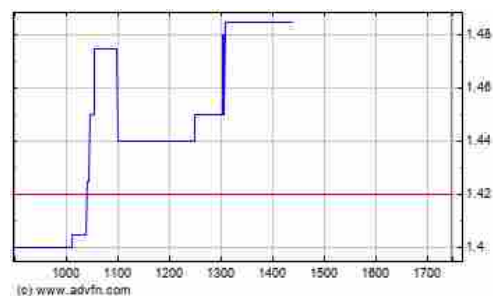
(END) Dow Jones Newswires

April 09, 2018 07:49 ET (11:49 GMT)

Copyright (c) 2018 MF-Dow Jones News Srl.

**Grafico Azioni Digitouch (BIT:DGT)
Intraday**

Oggi : Lunedì 9 Aprile 2018





Home of the Private Investor

09/04/2018 10:28:16

0422 1695358

Iscrizione Gratuita

Login

Monitor

Quotazioni

Grafici

Book

Desktop

Portafoglio

Notifiche

Toplist

Notizie

Follow Feed

Forum

PLUS1

B

Titoli di Stato

Materie Prime

Forex

Panoramica

CFD

Rating

Ricerca Quotazioni

Quotazione Grafico Book Ordini **Notizie** Dividendi Bilanci Storico

Digitouch (BIT)

BIT:DGT

Ok

Digitouch: Olivieri, assiste Morellato per campagna adv

Data : 09/04/2018 @ 10:23

Fonte : MF Dow Jones (Italiano)

Titolo : Digitouch (DGT)

Quotazione : **↓ 1.405 -0.015 (-1.06%) @ 10:08**[Quotazione Digitouch](#)[Grafico](#)**Digitouch: Olivieri, assiste Morellato per campagna adv**

"Siamo lieti di poter supportare Morellato nella campagna di lancio della sua nuova collezione in Italia, Spagna e Francia. Crediamo fermamente che il branding sia un valido strumento al servizio delle performance, se adeguatamente supportato da expertise e tecnologie data-driven. A ciò si aggiunge il vantaggio di aver già collaborato con Morellato per il precedente lancio autunnale e avere già acquisito i valori del brand, elemento importante per massimizzare l'efficacia delle attività adv (advertising, ndr)."

Lo ha dichiarato Annarita Olivieri, Managing Director di Performedia, digital agency del gruppo quotato sull'Aim Italia Digitouch, dopo che Morellato ha deciso di affidare il lancio della campagna online della nuova collezione 'Perfetta'.

"Questo periodo dell'anno rappresenta per il nostro settore un momento decisivo per il lancio delle nuove collezioni. Diventa quindi fondamentale avere un piano di comunicazione efficace sia in termini di contenuto che di scelta dei media. Siamo felici di poter contare su un partner preparato come Performedia del quale abbiamo apprezzato molto anche lo spirito propositivo e consulenziale che ci permette di trarre il massimo vantaggio dalla nostra attività di promozione online", ha aggiunto Sara Viola, Marketing e Digital Director del gruppo Morellato.

com/gco

giorgia.cococcioni@mfdowjones.it

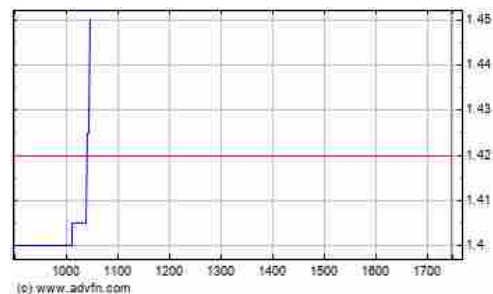
(END) Dow Jones Newswires

April 09, 2018 04:08 ET (08:08 GMT)

Copyright (c) 2018 MF-Dow Jones News Srl.

**Grafico Azioni Digitouch (BIT:DGT)
Intraday**

Oggi : Lunedì 9 Aprile 2018

**La tua Cronologia**

**Borsa Italiana**REGISTRATI | ACCEDI  

Cerca Titolo, ISIN, altro...



Azioni

ETF

ETC e ETN

Fondi

Derivati

CW e Certificati

Obbligazioni

Notizie e Finanza

Borsa Italiana

NOTIZIE MARKET INSIGHT



DIGITOUCH (AIM) – PERFORMEDIA LANCIA CAMPAGNA ONLINE CON MORELLATO

Il gruppo DigiTouch, attraverso il proprio centro Performedia, curerà per Morellato la campagna di lancio sui media digitali della nuova Collezione di gioielli Perfetta. Per la promozione Performedia ha adottato un approccio Performance Branding basato sull'utilizzo dei dati, che permetterà ai canali della parte bassa del funnel di capitalizzare gli investimenti effettuati in brand awareness. Pianificata con approccio data-driven, la campagna di digital adv sarà erogata applicando diverse tipologie di targetizzazione che permettono l'identificazione di audience di interesse per il brand, l'allargamento del target anche a fasce di età più giovani e la massimizzazione dei risultati grazie a una costante ottimizzazione on going del media planning, volta a minimizzare la dispersione su target non strategici. La campagna per il lancio della collezione Perfetta si inserisce nell'ambito della collaborazione a più ampio respiro che Morellato ha attivato con Performedia per la gestione di tutte le attività di digital advertising del brand.

(MARKET INSIGHT) 09-04-2018 09:50

Titoli citati nella notizia

Nome	Prezzo Ultimo Contratto	Var %	Ora	Min oggi	Max oggi	Apertura
Digitouch	1,405	-1,06	10.07.03	1,40	1,405	1,40

TAG

DIGITOUCH

Servizi e Strumenti

[Formazione](#) | [Glossario](#) | [Pubblicità](#) | [Dati in tempo reale](#) | [Avvisi di Borsa](#) | [Listino ufficiale](#)

Link utili

[Ufficio stampa](#) | [Il gruppo](#) | [Lavora con noi](#) | [Eventi e dividendi](#) | [Comitato Corporate Governance](#) | [Calendario](#) | [Studenti](#)

Info legali

[Disclaimer](#) | [Copyright](#) | [Privacy](#) | [Cookie policy](#) | [Credits](#) | [Bribery Act](#) | [Codice di Comportamento](#)

Questo sito contribuisce alla audience di

MILANO
FINANZAITALIA
OGGIMF
FASHIONCLASS
LIFECC
CMF
CENTRALE
RISKMF
DOW JONES
NEWS

MF



MF



MF



MF



MF



MF



MF



MF

articoli, quotazioni, vide

Cerca

Web

Tv

Radio

Periodici

Newspaper

Internet

Agenzia

Convegni



Home Page

- Chi siamo
- Contatti
- Mailing List
- Investor Relation
- Bilanci annuali
- Comunicati stampa
- Partnership

I prodotti di Class Editori

- Newspaper
- Periodici
- Class Digital System
- Le TV di Class
- GO TV
- Radio
- Editoria Elettronica

Inglese

Pubblicità

Maggiori informazioni

Abbonamenti

Maggiori informazioni

La casa editrice leader nell'informazione finanziaria, nel lifestyle, nella moda e nel lusso per l'upper class

Ultime notizie

a cura di MF-DowJonesNews

Digitouch: Morellato sceglie Performedia per lancio nuova collezione

MILANO (MF-DJ)--Morellato, gruppo italiano di gioielleria e orologeria, ha affidato la campagna di lancio sui media digital della nuova collezione - presentata a fine febbraio - a Performedia, centro media di Digitouch (società quotata sull'Aim Italia). Il celebre brand dei 'gioielli da vivere', spiega una nota, ha scelto di raccontare la nuova collezione denominata 'Perfetta' attraverso una storia di amicizia interpretata da tre giovani influencer, Gabrielle Caunesil, Paola Turani e Alba Rico e ha declinato la campagna di comunicazione su tutti i canali media. Per la promozione sui media digitali, in dettaglio, Performedia ha adottato un approccio Performance Branding basato sull'utilizzo dei dati e che permetterà ai canali della parte bassa del funnel di capitalizzare gli investimenti effettuati in brand awareness. La scelta delle testimonial della nuova collezione è strategica in quanto permette a Morellato di creare un forte appeal sul target giovane e cross country, attraverso le tre giovani influencer molto seguite in Italia, Francia e Spagna dove la campagna è attiva. La campagna per il lancio della collezione Perfetta si inserisce nell'ambito della collaborazione a più ampio respiro che Morellato ha attivato con Performedia per la gestione di tutte le attività di digital advertising del brand. com/gco giorgia.cococcioni@mfdowjones.it MF-DJ NEWS 13:49 09 apr 2018

I siti Web di Class Editori

Milano Finanza

ItaliaOggi

Class Life

Mfashion.it

MFIU

Global Finance

ClassHorse.TV

RadioClassica

Fashion Summit

Classpublicita'

Guide di Class

Questo sito utilizza i cookie per migliorare i servizi e l'esperienza dei lettori. Se decidi di continuare la navigazione significa che ne accetti il loro uso. [Maggiori informazioni](#) [Prosegui](#)

Questo sito contribuisce alla audience di

MILANO FINANZA
MILANO FINANZA
ItaliaOggi
MF Fashion
Class Life
CCeC
CENTRALE RISK

articoli, quotazioni, vide Cerca

Web Tv Radio Periodici Newspaper Internet Agenzia Convegni

Classeditori

MF ONLINE
Class
RadioClassica
MF
MF
MF
MF

Home Page

- Chi siamo
- Contatti
- Mailing List
- Investor Relation
- Bilanci annuali
- Comunicati stampa
- Partnership

I prodotti di Class Editori

- Newspaper
- Periodici
- Class Digital System
- Le TV di Class
- GO TV
- Radio
- Editoria Elettronica

Inglese

Pubblicità

Maggiori informazioni

Abbonamenti

Maggiori informazioni

Ultime notizie a cura di MF-DowJonesNews

Digitouch: Olivieri, assiste Morellato per campagna adv

MILANO (MF-DJ)--"Siamo lieti di poter supportare Morellato nella campagna di lancio della sua nuova collezione in Italia, Spagna e Francia. Crediamo fermamente che il branding sia un valido strumento al servizio delle performance, se adeguatamente supportato da expertise e tecnologie data-driven. A cio' si aggiunge il vantaggio di aver gia' collaborato con Morellato per il precedente lancio autunnale e avere gia' acquisito i valori del brand, elemento importante per massimizzare l'efficacia delle attivita' adv (advertising, ndr)." Lo ha dichiarato Annarita Olivieri, Managing Director di Performedia, digital agency del gruppo quotato sull'Aim Italia Digitouch, dopo che Morellato ha deciso di affidare il lancio della campagna online della nuova collezione 'Perfetta'. "Questo periodo dell'anno rappresenta per il nostro settore un momento decisivo per il lancio delle nuove collezioni. Diventa quindi fondamentale avere un piano di comunicazione efficace sia in termini di contenuto che di scelta dei media. Siamo felici di poter contare su un partner preparato come Performedia del quale abbiamo apprezzato molto anche lo spirito propositivo e consulenziale che ci permette di trarre il massimo vantaggio dalla nostra attivita' di promozione online", ha aggiunto Sara Viola, Marketing e Digital Director del gruppo Morellato. com/gco giorgia.cococcioni@mfdowjones.it (fine) MF-DJ NEWS 10:08 09 apr 2018

I siti Web di Class Editori

Milano Finanza ItaliaOggi Class Life MFfashion.it MFIU Global Finance
ClassHorse.TV RadioClassica Fashion Summit Classpubblicita' Guide di Class

Questo sito utilizza i cookie per migliorare i servizi e l'esperienza dei lettori. Se decidi di continuare la navigazione significa che ne accetti il loro uso [Maggiori informazioni](#) [Prosegui](#)

Cerca su Engage



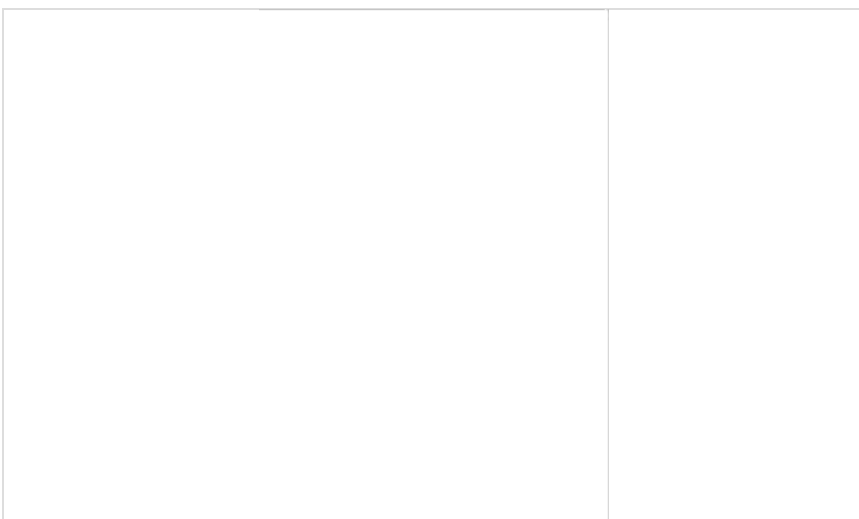
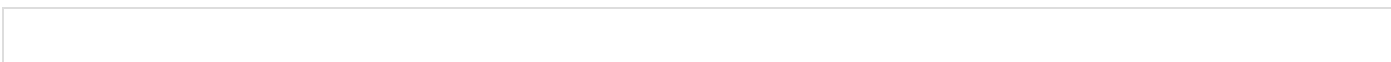
09/04/2018

[Campagne](#) [Media](#) [Tecnologia](#) [Aziende](#) [Agenzie](#) [Datacenter](#) [Eventi](#) [Mobile](#) [Social](#) [Ricerche](#)[Agenda](#) [Jobs](#) [Privacy](#) [Contatti](#)

■ AGENZIE ■ AZIENDE

Morellato sceglie Performedia per il digital adv e va online con “Perfetta”

Nell’ambito di una collaborazione a più ampio respiro, il brand dei “gioielli da vivere” e la società del Gruppo DigiTouch guidata da Annarita Olivieri lanciano sui media online la nuova collezione “Perfetta”

di **Simone Freddi** 09 aprile 2018

Annarita Olivieri

Morellato ha affidato a **Performedia**, [centro media](#) del Gruppo DigiTouch, la campagna di lancio sui media digitali della nuova collezione di gioielli **Perfetta**, presentata a fine febbraio. Questa campagna – che vede Performedia attiva in Italia, Francia e Spagna – si inserisce nell’ambito di una **collaborazione a più ampio respiro** che il brand dei “gioielli da vivere” ha attivato già lo scorso autunno con la società di cui è Managing Director **Annarita Olivieri** per la gestione **delle attività di digital advertising del brand**.

Il lancio digital di “Perfetta” rappresenta un anello importante del piano di

Ultimi Articoli

■ AGENZIE ■ AZIENDE

GameStop sceglie HelloService per i social del brand Zing Pop Culture

■ CAMPAGNE

Gigi D'Alessio va dritto al cuore nella campagna per il 5x1000 di GSD Foundation

■ CAMPAGNE

Fiat Tipo, un'auto per tutte le età. La nuova campagna di Leo Burnett

■ MEDIA

Triboo, l'offerta automotive si rafforza con il restyling di Patentati.it

■ CAMPAGNE ■ MEDIA

Topolino cambia in edicola: on air gli spot di lancio

■ CAMPAGNE

Sony lancia i nuovi tv Bravia. Campagna firmata da DDB e Mediacom

comunicazione della collezione. Morellato ha scelto di raccontare la nuova collezione Perfetta attraverso una **storia di amicizia** interpretata da tre giovani influencer – **Gabrielle Caunesil, Paola Turani e Alba Rico** – e ha declinato la campagna di comunicazione ([firmata dall'agenzia "The Beef"](#)) su tutti i canali media.

In questo contesto, la campagna digital è sviluppata in una logica di **"performance branding"**, con l'obiettivo di permettere ai canali della parte bassa del *funnel* di capitalizzare gli investimenti effettuati in brand awareness.

«Questo periodo dell'anno rappresenta per il nostro settore un momento decisivo per il lancio delle nuove collezioni. Diventa quindi fondamentale avere un piano di comunicazione efficace sia in termini di contenuto che di scelta dei media. Siamo felici di poter contare su un partner preparato come Performedia del quale abbiamo apprezzato molto anche lo spirito propositivo e consulenziale che ci permette di trarre il massimo vantaggio dalla nostra attività di promozione online», afferma **Sara Viola**, marketing e digital director del gruppo Morellato.

Sara Viola

Pianificata con **approccio data-driven**, la campagna digital di "Perfetta" sarà erogata applicando diverse tipologie di targetizzazione che permettono l'identificazione di audience di interesse per il brand, l'allargamento del target anche a fasce di età più giovani e la massimizzazione dei risultati grazie a un'ottimizzazione progressiva del media planning per minimizzare la dispersione su target non strategici.

«Siamo lieti di poter supportare Morellato nella campagna di lancio della sua nuova collezione in Italia, Spagna e Francia. Crediamo fermamente che il branding sia un valido strumento al servizio delle performance, se adeguatamente supportato da expertise e tecnologie data-driven. A ciò si aggiunge il vantaggio di aver già collaborato con Morellato per il precedente lancio autunnale e avere già acquisito i valori del brand, elemento importante per massimizzare l'efficacia delle attività adv», afferma **Annarita Olivieri**, Managing Director di Performedia.

■ AGENZIE

Luca Iannucci e Pas Frezza nuovi direttori creativi di Serviceplan Italia

■ AGENZIE ■ CAMPAGNE

Guinness festeggia Saint Patrick sul digital con Bebit

■ SPONSORIZZATO

Bitdrome, l'ad tech company dietro le ultime innovazioni nel mondo adv

■ CAMPAGNE

GranTurchese e i frollini Colussi tornano in tv; spot di Red Cell

Sullo Stesso Argomento:



Home > Segmenti > AIM > DigiTouch (Aim) – Performedia lancia campagna online con Morellato

Segmenti AIM Settori Tecnologia

DIGITOUCH (AIM) – PERFORMEDIA LANCIA CAMPAGNA ONLINE CON MORELLATO

09/04/2018

Il gruppo DigiTouch, attraverso il proprio centro Performedia, curerà per Morellato la campagna di lancio sui media digitali della nuova Collezione di gioielli Perfetta.

Per la promozione Performedia ha adottato un approccio Performance Branding basato sull'utilizzo dei dati, che permetterà ai canali della parte bassa del funnel di capitalizzare gli investimenti effettuati in brand awareness.

Pianificata con approccio data-driven, la campagna di digital adv sarà erogata applicando diverse tipologie di targetizzazione che permettono l'identificazione di audience di interesse per il brand, l'allargamento del target anche a fasce di età più giovani e la massimizzazione dei risultati grazie a una costante ottimizzazione on going del media planning, volta a minimizzare la dispersione su target non strategici.

La campagna per il lancio della collezione Perfetta si inserisce nell'ambito della collaborazione a più ampio respiro che Morellato ha attivato con Performedia per la gestione di tutte le attività di digital advertising del brand.

AZIENDE Digtouch

Mi piace 0



Lettera all'Investitore



SARAS – UNO SCENARIO
FAVOREVOLE PER CRESCERE
ANCHE GRAZIE AL DIGITAL

26/03/2018



AUTOGRILL – UNA NUOVA
ORGANIZZAZIONE PER
CONSOLIDARE LA LEADERSHIP

19/03/2018

Analisi e Approfondimenti:



OBBLIGAZIONI – POCHI SPUNTI
ALLA VIGILIA DEL WEEK END

06/04/2018



SALUTE – BALZO DELL'UTILE
NETTO NEL 4Q 2017

06/04/2018

Editoriali:



VUOI MOLTIPLICARE I TUOI CLIENTI E PAGARE MENO TASSE?

FAI PUBBLICITÀ SULLA STAMPA SPECIALIZZATA

Nel 2018 potrai beneficiare di un credito d'imposta del 75% al 90% sugli investimenti incrementali

ANES ASSOCIAZIONE NAZIONALE EDITORIA DI SETTORE

LOGIN

Cerca

[HOME](#) [TESTATE](#) [NEWS](#) [AWARDS](#) [VIDEO](#) [OPERATORI](#) [SHOP](#) [IL GRUPPO](#) [CONTATTI](#) [AREA UTENTI](#) [JOB OPPORTUNITIES](#)
[NEWSLETTER](#) [ARCHIVIO NEWS](#)

09 aprile 2018

Insieme a Performedia Morellato lancia online la campagna dedicata a Perfetta

Categoria: Comunicazione online, siti e concorsi web



Morellato, il più importante gruppo italiano di gioielleria e orologeria in Europa, ha presentato a fine febbraio la nuova Collezione di gioielli Perfetta, che omaggia il sentimento dell'amicizia, affidando la campagna di lancio sui media digitali a Performedia, centro media del Gruppo DigiTouch (società quotata sul mercato AIM Italia).

Il celebre brand dei "gioielli da vivere" ha scelto di raccontare la nuova collezione Perfetta attraverso una storia di amicizia interpretata da tre giovani influencer, Gabrielle Caunesil, Paola Turani e Alba Rico e ha declinato la campagna di comunicazione su tutti i canali media.

Per la promozione sui media digitali Performedia ha adottato un approccio Performance Branding basato sull'utilizzo dei dati e che permetterà ai canali della parte bassa del funnel di capitalizzare gli investimenti effettuati in brand awareness.

La scelta delle testimonial della nuova collezione è disrupting e strategica in quanto permette a Morellato di creare un forte appeal sul target giovane e cross country, attraverso le tre giovani influencer molto seguite in Italia, Francia e Spagna dove la campagna è attiva.

Pianificata con approccio data-driven, la campagna di digital adv sarà erogata applicando diverse tipologie di targetizzazione che permettono l'identificazione di audience di interesse per il brand, l'allargamento del target anche a fasce di età più giovani e la massimizzazione dei risultati grazie a una costante ottimizzazione on going del media planning, volta a minimizzare la dispersione su target non strategici.

«Questo periodo dell'anno rappresenta per il nostro settore un momento decisivo per il lancio delle nuove collezioni. Diventa quindi fondamentale avere un piano di comunicazione efficace sia in termini di contenuto che di scelta dei media. Siamo felici di poter contare su un partner preparato come Performedia del quale abbiamo apprezzato molto anche lo spirito propositivo e consulenziale che ci permette di trarre il massimo vantaggio dalla nostra attività di promozione online», afferma Sara Viola, Marketing e Digital Director del gruppo Morellato.

«Siamo lieti di poter supportare Morellato nella campagna di lancio della sua nuova collezione in Italia, Spagna e Francia. Crediamo fermamente che il branding sia un valido strumento al servizio delle performance, se adeguatamente supportato da expertise e tecnologie data-driven. A ciò si aggiunge il vantaggio di aver già collaborato con Morellato per il precedente lancio autunnale e avere già acquisito i valori del brand, elemento importante per massimizzare l'efficacia delle attività adv», afferma Annarita Olivieri, Managing Director di Performedia.

La campagna per il lancio della collezione Perfetta si inserisce nell'ambito della collaborazione a più ampio respiro che Morellato ha attivato con Performedia per la gestione di tutte le attività di digital advertising del brand.

GLI OPERATORI DELLA COMUNICAZIONE

STUDIO WIKI

TEND

TICIA ARIGO ADVERTISING

TIMMAGINE

TRUE COMPANY

WE ARE SOCIAL

AGENZIE MEDIA

BLUE 449

MEDIA ITALIA

STARCOM ITALIA

ZENITH ITALY

CASE DI PRODUZIONE AUDIO

DISC TO DISC

FOXTROT

PEPERONCINO STUDIO

CLICCA QUI PER VEDERE TUTTI GLI OPERATORI

« [Ragno partner per la seconda volta... Blue Financial Communication...](#) »[-< Indietro a: News](#)

Profilo  e da Andrea Vismara di Equita  nel corso della tavola rotonda sull'evoluzione del ruolo del Nomad. "Siamo tra i Paesi con i costi piu' bassi", ha ribadito Verna, sottolineando anche che mettendo a confronto con i benefici che la quotazione porta gli oneri per le societa' sono contenuti. fus (fine) MF-DJ NEWS))

09/04/2018 13:49

Digitouch: Morellato sceglie Performedia per lancio nuova collezione

MILANO (MF-DJ)--Morellato, gruppo italiano di gioielleria e orologeria, ha affidato la campagna di lancio sui media digital della nuova collezione - presentata a fine febbraio - a Performedia, centro media di Digitouch  (societa' quotata sull'Aim Italia). Il celebre brand dei 'gioielli da vivere', spiega una nota, ha scelto di raccontare la nuova collezione denominata 'Perfetta' attraverso una storia di amicizia interpretata da tre giovani influencer, Gabrielle Caunesil, Paola Turani e Alba Rico e ha declinato la campagna di comunicazione su tutti i canali media. Per la promozione sui media digitali, in dettaglio, Performedia ha adottato un approccio Performance Branding basato sull'utilizzo dei dati e che permettera' ai canali della parte bassa del funnel di capitalizzare gli investimenti effettuati in brand awareness. La scelta delle testimonial della nuova collezione e' strategica in quanto permette a Morellato di creare un forte appeal sul target giovane e cross country, attraverso le tre giovani influencer molto seguite in Italia, Francia e Spagna dove la campagna e' attiva. La campagna per il lancio della collezione Perfetta si inserisce nell'ambito della collaborazione a piu' ampio respiro che Morellato ha attivato con Performedia per la gestione di tutte le attivita' di digital advertising del brand. com/gco giorgia.cococcioni@mfdowjones.it MF-DJ NEWS))

09/04/2018 13:46

Debito pubblico: la soluzione di Gregorio De Felice (video Class Cnbc)

MILANO (MF-DJ)--Ai microfoni di Class Cnbc, il Chief Economist di Intesa  San Paolo, Gregorio De Felice, si espone sulla gestione del finanziamento del debito pubblico italiano. red (fine) MF-DJ NEWS))

09/04/2018 13:45

Governo: Di Maio, 0% possibilita' esecutivo M5s-centrodestra

ROMA (MF-DJ)--"C'e' lo 0% di possibilita' che il Movimento 5 Stelle vada al Governo con Berlusconi e con l'ammucchiata di centrodestra". Lo scrive il leader del M5S, Luigi Di Maio, su Twitter rispondendo a Matteo Salvini, leader della Lega, secondo il quale "ci sono il 51% di possibilita' di fare un governo tra il Centrodestra e il Movimento 5 Stelle". alu (fine) MF-DJ NEWS))

09/04/2018 13:44

*Governo: Di Maio, 0% possibilita' esecutivo M5s-centrodestra

20/03/2018

3. Unicredit: ancora positivo il test a 16,50-16,45 euro

29/03/2018

4. Unicredit: nuovo rimbalzo dal supporto a 16,50-16,45

27/03/2018

5. FtseMib future: spunti operativi per martedì 13 marzo

13/03/2018

DIGITOUCH: OLIVIERI, ASSISTE MORELLATO PER CAMPAGNA ADV

MILANO (MF-DJ)--"Siamo lieti di poter supportare Morellato nella campagna di lancio della sua nuova collezione in Italia, Spagna e Francia. Crediamo fermamente che il branding sia un valido strumento al servizio delle performance, se adeguatamente supportato da expertise e tecnologie data-driven. A cio' si aggiunge il vantaggio di aver gia' collaborato con Morellato per il precedente lancio autunnale e avere gia' acquisito i valori del brand, elemento importante per massimizzare l'efficacia delle attivita' adv (advertising, ndr)." Lo ha dichiarato Annarita Olivieri, Managing Director di Performedia, digital agency del gruppo quotato sull'Aim Italia Digitouch , dopo che Morellato ha deciso di affidare il lancio della campagna online della nuova collezione 'Perfetta'. "Questo periodo dell'anno rappresenta per il nostro settore un momento decisivo per il lancio delle nuove collezioni. Diventa quindi fondamentale avere un piano di comunicazione efficace sia in termini di contenuto che di scelta dei media. Siamo felici di poter contare su un partner preparato come Performedia del quale abbiamo apprezzato molto anche lo spirito propositivo e consulenziale che ci permette di trarre il massimo vantaggio dalla nostra attivita' di promozione online", ha aggiunto Sara Viola, Marketing e Digital Director del gruppo Morellato. com/gco giorgia.cococcioni@mfdowjones.it (fine) MF-DJ NEWS))

> **Tgcom24** > **Economia** > **News d'agenzia** > **Digitouch: Morellato sceglie Performedia per lancio nuova collezione**

Quotazioni Borsa
News d'agenzia
Mf-Dow Jones
Caldissime MF
Focus Ipo
Commenti Borsa
Comm. Borse Estere
Indici Borse estere
Fondi comuni
Euro e valute
Tassi
Fisco
Petrolio
In collaborazione con 
Cerca Titoli
Milano - Azioni *
Invia
Note sull'utilizzo dei dati

MF-DOW JONES NEWS
< Indietro

DIGITOUCH: MORELLATO SCEGLIE PERFORMEDIA PER LANCIO NUOVA COLLEZIONE

09/04/2018 13:49

MILANO (MF-DJ)--Morellato, gruppo italiano di gioielleria e orologeria, ha affidato la campagna di lancio sui media digital della nuova collezione - presentata a fine febbraio - a Performedia, centro media di Digitouch (società quotata sull'Aim Italia). Il celebre brand dei 'gioielli da vivere', spiega una nota, ha scelto di raccontare la nuova collezione denominata 'Perfetta' attraverso una storia di amicizia interpretata da tre giovani influencer, Gabrielle Caunesil, Paola Turani e Alba Rico e ha declinato la campagna di comunicazione su tutti i canali media. Per la promozione sui media digitali, in dettaglio, Performedia ha adottato un approccio Performance Branding basato sull'utilizzo dei dati e che permetterà ai canali della parte bassa del funnel di capitalizzare gli investimenti effettuati in brand awareness. La scelta delle testimonial della nuova collezione è strategica in quanto permette a Morellato di creare un forte appeal sul target giovane e cross country, attraverso le tre giovani influencer molto seguite in Italia, Francia e Spagna dove la campagna è attiva. La campagna per il lancio della collezione Perfetta si inserisce nell'ambito della collaborazione a più ampio respiro che Morellato ha attivato con Performedia per la gestione di tutte le attività di digital advertising del brand. com/gco giorgia.cococcioni@mfdowjones.it MF-DJ NEWS

Strumenti

Stampa

Condividi

Invia

Ricerca avanzata News

Help

Le News più lette

1. Ftse Mib positivo, Tim sotto pressione nel giorno del cda 09/04/2018
2. Saipem, la Consob avvia un procedimento sanzionatorio 09/04/2018
3. Creval cede Npl ad Algebris a un prezzo superiore al 43% del valore di libro 06/04/2018
4. Piazza Affari, attesa apertura in rialzo 09/04/2018
5. L'Asia sale su rimbalzo tecnico e tweet di Trump 09/04/2018

> **Tgcom24** > **Economia** > **News d'agenzia** > **Digitouch: Olivieri, assiste Morellato per campagna adv**

Quotazioni Borsa
News d'agenzia
Mf-Dow Jones
Caldissime MF
Focus Ipo
Commenti Borsa
Comm. Borse Estere
Indici Borse estere
Fondi comuni
Euro e valute
Tassi
Fisco
Petrolio
In collaborazione con 
Cerca Titoli
Milano - Azioni *
Invia
Note sull'utilizzo dei dati

MF-DOW JONES NEWS
< Indietro

DIGITOUCH: OLIVIERI, ASSISTE MORELLATO PER CAMPAGNA ADV

09/04/2018 10:08

MILANO (MF-DJ)--"Siamo lieti di poter supportare Morellato nella campagna di lancio della sua nuova collezione in Italia, Spagna e Francia. Crediamo fermamente che il branding sia un valido strumento al servizio delle performance, se adeguatamente supportato da expertise e tecnologie data-driven. A cio' si aggiunge il vantaggio di aver gia' collaborato con Morellato per il precedente lancio autunnale e avere gia' acquisito i valori del brand, elemento importante per massimizzare l'efficacia delle attivita' adv (advertising, ndr)." Lo ha dichiarato Annarita Olivieri, Managing Director di Performedia, digital agency del gruppo quotato sull'Aim Italia Digitouch, dopo che Morellato ha deciso di affidare il lancio della campagna online della nuova collezione 'Perfetta'.

"Questo periodo dell'anno rappresenta per il nostro settore un momento decisivo per il lancio delle nuove collezioni. Diventa quindi fondamentale avere un piano di comunicazione efficace sia in termini di contenuto che di scelta dei media. Siamo felici di poter contare su un partner preparato come Performedia del quale abbiamo apprezzato molto anche lo spirito propositivo e consulenziale che ci permette di trarre il massimo vantaggio dalla nostra attivita' di promozione online", ha aggiunto Sara Viola, Marketing e Digital Director del gruppo Morellato. com/gco giorgia.cococcioni@mfdowjones.it (fine) MF-DJ NEWS

Strumenti
Stampa
Condividi

Invia
Ricerca avanzata News
Help

Le News piu' lette

1. Ftse Mib positivo, Tim sotto pressione nel giorno del cda 09/04/2018
2. Saipem, la Consob avvia un procedimento sanzionatorio 09/04/2018
3. Piazza Affari, attesa apertura in rialzo 09/04/2018
4. L'Asia sale su rimbalzo tecnico e tweet di Trump 09/04/2018
5. Creval cede Npi ad Algebris a un prezzo superiore al 43% del valore di libro 06/04/2018

SCOPRI TUTTI I VANTAGGI DEL
NOLEGGIO A LUNGO TERMINE
www.automotivesg.com

Automotive
Service Group

UOMINI & DONNE
DELLA COMUNICAZIONE

MONDO MARKETING

TREND METER

NEW SOCIAL

INTERVISTE

CAMBI POLTRONA

TIME OUT

FIERE ED EVENTI

VIDEO

Q

HOME » MONDO MARKETING » INSIEME A PERFORMEDIA, MORELLATO LANCIA ONLINE LA
CAMPAGNA SU PERFETTA



Insieme a Performedia, Morellato lancia online la campagna su Perfetta

Postato da: Redazione il: aprile 09, 2018 In: MONDO MARKETING, slider

Stampa
Email

0
CONDIVISIO

Morellato ha presentato a fine febbraio la **nuova Collezione di gioielli Perfetta**, che omaggia il sentimento dell'amicizia, affidando la **campagna di lancio sui media digitali a Performedia**, centro media del **Gruppo DigiTouch**.

Il celebre brand dei "gioielli da vivere" ha scelto di raccontare la nuova collezione Perfetta attraverso una **storia di amicizia interpretata da tre giovani influencer, Gabrielle Caunesil, Paola Turani e Alba Rico**, e ha declinato la campagna di comunicazione su tutti i canali media.

Per la promozione sui media digitali Performedia ha adottato un **approccio Performance Branding** basato sull'utilizzo dei dati e che permetterà ai canali della parte bassa del funnel di capitalizzare gli investimenti effettuati in brand awareness.

La scelta delle testimonial della nuova collezione è disrupting e strategica in quanto permette a Morellato di creare un **forte appeal sul target giovane e cross country**, attraverso le tre giovani influencer molto seguite in Italia, Francia e Spagna dove la

SCOPRI TUTTI I VANTAGGI DEL
NOLEGGIO A LUNGO TERMINE

Automotive
Service Group

www.automotivesg.com

Scegli **RICARICA**



Citroen C1

a partire da **€99/mese**
IVA inclusa

ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER

Name

Email *

campagna è attiva.

Pianificata con approccio data-driven, **la campagna di digital adv sarà erogata applicando diverse tipologie di targetizzazione** che permettono l'identificazione di audience di interesse per il brand, l'allargamento del target anche a fasce di età più giovani e la massimizzazione dei risultati grazie a una costante ottimizzazione on going del media planning, volta a minimizzare la dispersione su target non strategici.

«Questo periodo dell'anno rappresenta per il nostro settore un momento decisivo per il lancio delle nuove collezioni. Diventa quindi fondamentale avere un piano di comunicazione efficace sia in termini di contenuto che di scelta dei media. Siamo felici di poter contare su un partner preparato come Performedia del quale abbiamo apprezzato molto anche lo spirito propositivo e consulenziale che ci permette di trarre il massimo vantaggio dalla nostra attività di promozione online» ha affermato **Sara Viola, Marketing e Digital Director del gruppo Morellato**.

«Siamo lieti di poter supportare Morellato nella campagna di lancio della sua nuova collezione in Italia, Spagna e Francia. Crediamo fermamente che il branding sia un valido strumento al servizio delle performance, se adeguatamente supportato da expertise e tecnologie data-driven. A ciò si aggiunge il vantaggio di aver già collaborato con Morellato per il precedente lancio autunnale e avere già acquisito i valori del brand, elemento importante per massimizzare l'efficacia delle attività adv» ha aggiunto **Annarita Olivieri, Managing Director di Performedia**.

La campagna per il lancio della collezione Perfetta si inserisce nell'ambito della collaborazione a più ampio respiro che Morellato ha attivato con Performedia per la gestione di tutte le attività di digital advertising del brand.



Tags: brand Campagna digital fashion GIOIELLI Gruppo DigiTouch Influencer Morellato online Perfetta Performance Branding Performedia

Subscribe

ARTICOLI RECENTI

- » Filmmaster partner di Formula E per la tappa romana del campionato 9 aprile 2018
- » La Dea Whirlpool torna nello spot del brand firmato J. Walter Thompson 9 aprile 2018
- » Insieme a Performedia, Morellato lancia online la campagna su Perfetta 9 aprile 2018

ALL ABOUT ITALY

ALL ABOUT ITALY

- » "Vincere insieme è il segreto del Made in Italy": intervista a Paolo Del Panta, Editor in Chief di All About Italy 19 dicembre 2016
- » ALL ABOUT ITALY incontra Jean-Christophe Babin, CEO Bulgari 10 ottobre 2016
- » La memoria che guarda al futuro: intervista a Lucia Boscaini, Brand and Heritage Curator Bulgari 3 ottobre 2016

FOCUS

- » Innovation e Customer Experience digitale i due pilastri di Vodafone Italia 6 dicembre 2016
- » Consumer Journey e modelli di attribuzione: i limiti dell'analisi last click 11 ottobre 2016
- » Tutti pazzi per l'Inbound Marketing 20 settembre 2016



« Precedente

Facebook riceve la certificazione del Media Rating Council per le impression pubblicitarie

Successivo »

La Dea Whirlpool torna nello spot del brand firmato J. Walter Thompson



AUTORE



Redazione



RUBRICHE / MEDIA E PIANIFICAZIONE

MORELLATO INSIEME A PERFORMEDIA LANCIA ONLINE LA CAMPAGNA DEDICATA A PERFETTA

Pubblicato nel 2018

09
APR

ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER

la tua mail

VAI >



Morellato, gruppo italiano di gioielleria e orologeria, ha presentato a fine febbraio la nuova Collezione di gioielli Perfetta, che omaggia il sentimento dell'amicizia, affidando la campagna di lancio sui media digitali a Performedia, centro media del Gruppo DigiTouch (società quotata sul mercato AIM Italia).

Il brand dei gioielli da vivere ha scelto di raccontare la nuova collezione Perfetta attraverso una storia di amicizia interpretata da tre influencer, Gabrielle Caunesil, Paola Turani e Alba Rico, e ha declinato la campagna di comunicazione su tutti i canali media.

Per la promozione sui media digitali Performedia ha adottato un approccio Performance Branding basato sull'utilizzo dei dati e che permetterà ai canali della parte bassa del funnel di capitalizzare gli investimenti effettuati in brand awareness.

La scelta delle testimonial permette a Morellato di creare un appeal sul target giovane e cross country, attraverso le tre influencer seguite in Italia, Francia e Spagna dove la campagna è attiva.

Pianificata con approccio data-driven, la campagna di digital adv sarà erogata applicando diverse tipologie di targetizzazione che permettono l'identificazione di audience di interesse per il brand, l'allargamento del target anche a fasce di età più giovani e la massimizzazione dei risultati grazie a una costante ottimizzazione on going del media planning, volta a minimizzare la dispersione su target non strategici.

Share



K¹¹

