

COMUNICATO STAMPA

Malfy Gin rinnova l'incarico annuale a Digitouch Marketing per attività di SEO e gli affida anche la realizzazione del nuovo Malfy Magazine online

Con l'obiettivo di migliorare il proprio posizionamento di brand e di ampliare la visibilità organica online, Malfy Gin affida a Digitouch Marketing le attività di SEO e Content.

MILANO 03.11.2022 – Malfy Gin, il distillato super premium made in Italy, ha rinnovato la fiducia a Digitouch Marketing per il secondo anno consecutivo.

Perseguendo gli obiettivi di incremento della visibilità e dell'*engagement*, puntando a consolidarsi come *brand super-premium* e a migliorare il suo posizionamento online, Malfy Gin conferma l'incarico anche per l'annualità 2022/23 al team SEO di Digitouch Marketing e affida al team Content l'ideazione e la produzione dei contenuti del Malfy Magazine.

Mirando *in primis* ad affermare Malfy Gin come punto di riferimento della categoria attraverso la creazione di [guide verticali](#) ideate per rispondere alle domande più comuni degli utenti sul mondo del gin, il contributo del team SEO di Digitouch Marketing non si è limitato ai soli aspetti tecnici relativi all'architettura dell'informazione e all'ottimizzazione, ma anche al miglioramento delle *landing page*, arricchite con ulteriori contenuti d'interesse per i visitatori del sito: un esempio tra tutti è rappresentato dall'ampliamento della [sezione dedicata alle ricette dei cocktail](#) a base di Malfy Gin.

Oltre all'attività SEO on site, il team si è occupato anche degli aspetti relativi alla SEO off site, presidiando attività di *link building* e *link reclamation* con l'obiettivo di incrementare la *discoverability* del *brand*.

Inoltre, al fine di rispondere maggiormente all'esigenza di visibilità e di posizionamento del *brand*, il team Content ha dato vita a una *content strategy* che ha visto la sua massima espressione nella realizzazione di un nuovo magazine. Malfy Magazine, seguendo una linea tipicamente editoriale, approfondisce alcuni *topic* correlati ai prodotti e cari alla marca quali, in particolare, l'italianità del marchio, il legame con la tradizione e l'utilizzo di materie prime italiane.

In seguito all'analisi dello scenario e della competizione, il team Content si è occupato, quindi, di tutti gli aspetti strategici legati alla creazione del magazine: a partire dall'ideazione dello *storytelling* a guida della narrazione, proseguendo con l'individuazione del tono di voce e la definizione di rubriche editoriali, fino alla creazione di articoli e *playlist ad hoc*, pubblicate nel corso dell'anno su Spotify. I contenuti audio sono stati pensati in stretta relazione a *marketing moment* strategici per intercettare e coinvolgere il target di riferimento con ancora maggiore efficacia.

I contenuti realizzati su Malfy Magazine sono altamente ispirazionali e seguono al contempo le regole della SEO copywriting così da contribuire al posizionamento online del marchio: *A suon di Malfy* (per contenuti legati all'intrattenimento e con le playlist Spotify), *Cocktail GINius* (approfondimenti legati ai prodotti Malfy



Gin e al loro utilizzo), *Italian Fizz* (dedicata a luoghi e storie italiani) e *Malfy Moment* (legata agli eventi e alle iniziative del Brand) rappresentano le rubriche principali.

L'integrazione di diverse competenze permetterà di massimizzare i risultati già raggiunti lo scorso anno con la sola attività SEO e che hanno visto un incremento delle impression del sito (+346%) e delle keyword presenti non solo in prima pagina (+150%), ma anche nella top 3 dei risultati di ricerca (+70%)

«Il progetto che stiamo portando avanti per Malfy Gin dimostra quanto la sinergia tra i diversi team di Digitouch Marketing sia estremamente funzionale e porti a grandi risultati di cui possiamo essere molto fieri», afferma Alberto Rossi, Vice President Digitouch Marketing.

«Con il progetto del Malfy Magazine, Malfy Gin si avvicina sempre più ai propri consumatori, ascoltando le loro esigenze e offrendogli un valore aggiunto. Il Magazine porta i nostri lettori nel mondo super-premium di Malfy Gin: non solo curiosità sul gin e i nostri prodotti, ma anche tante ricette, musica e i nostri esclusi eventi #MalfyMoment», afferma Camilla Travaglia, Senior Advertising & Content Manager, Pernod Ricard Italia.

CREDITS

Chief Creative Officer: Sergio Spaccavento

Client Director: Marco Boschian-Pest

Account Executive: Sarah Lucifora

Managing Director: Giovanni Di Giuseppe

SEO Manager: Alessia Gargiulo

SEO Specialist: Andrea Codega

Head of Content Strategy: Sara Patriccioli

Content Strategist: Chiara Ternullo

Senior Copywriter: Andrea Bomentre

Art Director: Eleonora Bartozzi

Junior Art Director: Maura Zedda

Junior Content Editor: Francesca Petazzi

Junior Content Editor: Giulia Capacchione

BREVE DESCRIZIONE

Digitouch è una Cloud Marketing Company quotata sul mercato Euronext Growth Milan. Grazie a un portfolio integrato di servizi di marketing, tecnologici e di e-commerce, Digitouch guida e accompagna aziende e pubbliche amministrazioni nel cogliere le numerose opportunità offerte dalla digital transformation. Posizionandosi come Cloud Marketing Partner, Digitouch supporta i propri clienti occupandosi della gestione di tutti quei processi aziendali che richiedono competenze e specifiche tecnologie innovative e che le aziende decidono di esternalizzare per ottimizzare i costi e massimizzare l'efficienza. Al fianco dei clienti per generare risultati di lunga durata, Digitouch attrae e coltiva



talenti e può contare su un team di professionisti distribuiti nelle sedi di Milano, Lissone, Roma e Catania. Con un portfolio di oltre 300 clienti, Digitouch ha una solida expertise in svariate industry. Digitouch SpA è la capogruppo di sette società (Digitouch Marketing srl, Conversion E3 srl, Digitouch Technologies srl, Nextmove Srl, Digitouch Market Place Solutions Srl, 4 Success Srl e Digital Automotive Solutions srl). www.gruppoDigitouch.it Ticker: DGT, Codice ISIN azioni ordinarie DIGITOUCH: IT0005089476

Pernod Ricard è il secondo produttore mondiale di vini e liquori con un fatturato consolidato di 8.824 milioni di euro nell'esercizio finanziario del 2021. Il Gruppo, che possiede 16 dei 100 principali marchi di alcolici, detiene uno dei portafogli più prestigiosi e completi del settore, con oltre 240 marchi premium distribuiti in più di 160 mercati. La strategia di Pernod Ricard si concentra sull'investimento in una crescita sostenibile e a lungo termine per tutti i suoi stakeholder, rimanendo fedele ai suoi valori fondanti: spirito imprenditoriale, fiducia reciproca e forte senso etico. L'organizzazione decentrata del Gruppo consente ai suoi 18.500 collaboratori di essere ambasciatori sul campo della sua visione di "Créateurs de Convivialité".

Pernod Ricard Italia è il risultato dell'evoluzione e trasformazione delle Distillerie Fratelli Ramazzotti, azienda fondata nel 1815 ed entrata nel Gruppo francese nel 1985. Pernod Ricard Italia produce ed imbottiglia Amaro Ramazzotti presso lo stabilimento di Canelli, in Piemonte (AT), dove viene anche imbottigliata la gamma del gin italiano Malfy. Da febbraio 2021, Pernod Ricard Italia è anche distributore commerciale nazionale di Italicus Rosolio di Bergamotto.

Contatti

EMITTENTE

DigiTouch S.p.A.

Viale Vittorio Veneto 22 - 20124 Milano

E-mail: investor.relator@digitouch.it Tel: +39 02 89295100

Virginia Scardia, *Investor Relations Manager e CFO*, virginia.scardia@gruppodigitouch.it

Francesca Pietrocarlo, *Investor Relations Team*, francesca.pietrocarlo@digitouch.it

Roberta Ravelli e Lucia Panni, *Communication & Marketing Team*, comunicazione@gruppodigitouch.it

EURONEXT GROWTH ADVISOR

EnVent Capital Markets Ltd.

42 Berkeley Square - London W1J 5AW

+39 06 89684111

SPECIALIST

MIT SIM S. p. A.

Corso Venezia, 16 - 20121 Milano

Dott. Giuseppina Iuliano

+39 02 3056 1270