

COMUNICATO STAMPA

Conversion E3 supporta la ONG Differenza Donna con il lancio della campagna “Quanto costa essere una donna?”

Il progetto si inserisce tra le attività dedicate alle Politiche di Sostenibilità nelle quali Gruppo DigiTouch è impegnato con l'obiettivo di contribuire a generare un impatto positivo sulla società

MILANO 10 maggio 2021 – Nell’ambito della propria strategia di responsabilità sociale di impresa **Gruppo DigiTouch**, società quotata sul mercato AIM Italia (AIM: DGT.MI), ha scelto di sostenere **Differenza Donna**, ONG attiva nel contrastare la violenza di genere e impegnata in diverse iniziative per modificare la percezione culturale nei confronti delle donne e nella ricerca di forme di intervento efficaci, mettendo a disposizione le competenze digital e creative della propria *agenzia omnichannel* **Conversion E3**. Domenica 9 maggio l’agenzia ha lanciato il primo progetto per la ONG: una campagna di direct e-mail marketing basata sul concept comunicativo “Quanto costa essere una donna?”.

Nella nostra società, la semplice appartenenza al genere femminile impone alle donne dei costi ulteriori da sostenere rispetto agli uomini. Ogni oggetto o azione può avere un costo ben più alto del suo reale prezzo, perché nel totale deve essere calcolato il dispendio emotivo, morale e fisico che viene richiesto soltanto alle donne.

Lavorando da questo punto di vista concettuale, Conversion E3 ha prodotto un video che racconta questo prezzo metaforico che le donne si trovano a pagare in più nella società e sensibilizza il pubblico ad aiutare la ONG a pareggiare i conti e a far sì che nella vita ogni donna possa non subire più discriminazioni di genere e smettere di sostenere in maniera sproporzionata le responsabilità della cura.

Sostenendo Differenza Donna ogni donatore può contribuire alla causa sostenuta e difesa dalla ONG di raggiungimento della parità di genere.

Finalizzata alla raccolta di donazioni e quindi al fund raising, la campagna si propone anche di fare awareness sull’attività svolta dalla ONG, oltre a sensibilizzare il pubblico sulle tematiche delle disuguaglianze sociali e sull’importanza di un cambiamento culturale che abbatta stereotipi e pregiudizi di genere.

Il [video](#), prodotto dalla casa di produzione Picture di Conversion E3, sviluppa il racconto attraverso la presentazione di oggetti simbolici per ciascuno dei quali viene espresso il prezzo reale e il costo ulteriore che per esso è stato pagato da una donna.

La festa della mamma è stata l’occasione per fare una riflessione di più ampio respiro, partendo dal fatto che le mamme sono prima di tutto donne, e che, per tutto il genere femminile continuano a esistere ostacoli da affrontare che ne impediscono ancora la piena partecipazione. Il messaggio della DEM invita i lettori a chiedersi quanto costi essere una donna, mostra il video e spiega l’attività svolta dalla ONG per chiudere con una call to action di invito al supporto e che rimanda al [sito di Differenza Donna](#) dal quale poter effettuare una donazione.

«Apprezziamo molto il supporto che Gruppo DigiTouch e Conversion E3 ci stanno offrendo investendo le proprie risorse e competenze nella realizzazione di una campagna a sostegno dell'attività svolta dalla nostra ONG. Ci è piaciuto molto il concept comunicativo che l'agenzia ci ha proposto, basato sul costo che le donne si trovano a pagare come risultato delle discriminazioni di genere nella società. La raccolta fondi è un'attività per noi indispensabile per riuscire a tradurre in azioni reali le diverse attività svolte dalla nostra ONG nel supportare le donne in difficoltà e portare avanti con azioni mirate la lotta alle discriminazioni e alla violenza», afferma **Elisa Ercoli**, Presidente, Differenza Donna ONG.

«Siamo felici di poter contribuire a un tema così rilevante e attuale a livello sociale. È motivo di orgoglio per il nostro team lavorare su progetti a sostegno della parità di genere, perché tutti noi comunicatori abbiamo il dovere di creare una società migliore. A breve ci sarà un'altra operazione che con particolare creatività andrà a lavorare nello specifico della disparità nel mondo del lavoro», afferma **Sergio Spaccavento**, Chief Creative Officer, Conversion E3.

«Questo progetto si inserisce nel quadro della strategia di responsabilità sociale di impresa nel quale il nostro Gruppo è impegnato con l'obiettivo di contribuire a generare un impatto positivo sulla società. Tre i filoni che percorriamo sul fronte delle politiche di sostenibilità: il supporto dell'imprenditoria in difficoltà, l'inclusione delle diversità e la difesa del patrimonio culturale italiano. Siamo fermamente convinti che la responsabilità di un'azienda si traduca anche nella sensibilità mostrata nei confronti di contesti e situazioni extra aziendali di difficoltà e nella conseguente attivazione di iniziative in supporto. Dal board a tutto il nostro team siamo lieti di poter offrire il nostro sostegno mettendo a disposizione le nostre competenze ed expertise e realizzando progetti digital dedicati», commenta **Benedetta Parziale**, Responsabile Organizzazione e Risorse Umane, Gruppo DigiTouch.

Credits:

Chief Creative Officer: Sergio Spaccavento
Head of Social / Copywriter: Martina Dei
Senior Art Director: Paolo Montanari
Digital Art Director: Andrea Sciarrino
Web Developer: Selene Manno
Client Director: Paola Maneo
Account Executive Intern: Giulia Guarino
Casa di Produzione: Picture
Producer: Alessandro Molinaro
Regia: Giulio Cannata
Dop: Simone Bacchin
Musica: Feyzi Brera

BREVE DESCRIZIONE DI GRUPPO DIGITOUCH

Gruppo DigiTouch è una *Cloud Marketing Company* quotata sul mercato AIM Italia. È una realtà market centrica che sintetizza competenze di MarTech, creative e tecnologiche e le attiva in modo integrato per supportare le aziende nella loro comunicazione, per predire i trend di mercato e per rispondere alle esigenze dei brand, oggi e domani. Al fianco dei clienti per generare risultati di lunga durata, il Gruppo attrae e coltiva talenti e può contare su un team specialisti distribuiti nelle sedi di Milano e Roma. Con un portfolio di oltre 300 clienti, il Gruppo ha una forte expertise in tutte le industry e collabora sia con PMI che con grandi aziende corporate. Gruppo DigiTouch si compone di otto società (Performedia srl, Conversion E3 srl, Optimized Group srl, Purple Ocean srl, Meware srl, Back Office Srl e Digital Automotive Solutions srl e Nextmove Srl) guidate dalla capogruppo DigiTouch SpA. www.gruppodigitouch.it. Ticker: DGT, Codice ISIN azioni ordinarie DIGITOUCH: IT0005089476

Contatti

EMITTENTE

DigiTouch S.p.A.

Viale Vittorio Veneto 22 - 20124 Milano

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

Veronica Maccani, *Responsabile Comunicazione e Marketing*, veronica.maccani@gruppodigitouch.it

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

L'attività di Investor Relations Management è svolta in collaborazione con Hear-IR nella persona di Simona D'Agostino Reuter.

NOMAD

EnVent Capital Markets Ltd.

42 Berkeley Square - London W1J 5AW

Italian Branch, via Barberini 95 - 00187 Roma

+39 06 89684111

SPECIALIST

MIT SIM S. p. A.

Corso Venezia, 16 - 20121 Milano

Dott. Cristian Frigerio

+39 02 3056 1270