

■ AGENZIE

Gruppo DigiTouch fa 10 anni: «Sempre più digital hub»

Stasera la società celebra il decennale con un party a Milano e guarda a nuovi obiettivi. Il Ceo: «Pur nella valorizzazione dell'autonomia di ciascuna società del Gruppo, l'obiettivo è quello di essere percepiti sempre di più come un "hub" a cui clienti guardano per la loro digital strategy a 360 gradi»

di **Simone Freddi** 16 marzo 2017

Condividi questo articolo



Paolo Mardegan

Un party anni '70 dal sapore "vintage", ma sguardo ben rivolto avanti. E' con

Condividi questo articolo



1



2



2

questo spirito che **Gruppo DigiTouch**, tra le principali realtà della comunicazione digitale italiana, festeggia stasera i suoi primi 10 anni all'Apollo di Milano.

Dieci anni sono un traguardo significativo per qualsiasi impresa. Ancora di più per chi vive, e ha sempre vissuto, nel vorticoso mondo dell'online, in cui il rischio di venire improvvisamente risucchiati è sempre dietro l'angolo. «Dieci anni dopo aver creato DigiTouch, **ci sentiamo ancora soprattutto imprenditori** – ci ha detto **Paolo Mardegan**, Ceo del Gruppo -. Per noi, diventare “manager” è in certo senso un obiettivo. Ma lavorando in un mercato digitale che evolve sempre in fretta, conservare uno spirito creativo, mantenendo la voglia di rischiare e mettersi in gioco sempre, è una caratteristica ancora decisiva».

In un decennio, tante sono state le evoluzioni sia all'interno dell'azienda sia nel mercato. Nel 2014 DigiTouch ha acquisito Performedia, consolidando il proprio posizionamento sul mercato del performance marketing, mentre l'anno successivo ha segnato il lancio della data management platform Audiens, sviluppata dal team coordinato da Marko Maras, l'ingresso nel Gruppo DigiTouch dell'agenzia di social media **TheBlogTV Communities**, del vertical finance MutuiperlaCasa e della digital agency specializzata nel marketing esperienziale E3. Nel 2016 il Gruppo ha proseguito la sua crescita con l'acquisizione di Optimized Group, agenzia specializzata nel SEO, e con il lancio dell'agency trading desk **DAPcenter**.

Oggi il Gruppo ha **due sedi a Milano e Roma** ed è socio di minoranza di una concessionaria pubblicitaria a Milano (**MediaMob**) e di una agenzia di PR e lobby a Roma (**Open Gate Italia**). «Siamo **una somma di eccellenze**, ognuna con la propria specificità ma in grado, insieme, di rispondere al 99% delle esigenze di marketing delle aziende – sottolinea Mardegan -. Pur nella valorizzazione dell'autonomia di ciascuna società, l'obiettivo è quello di essere percepiti sempre di più come un “hub” a cui clienti guardano per la loro digital strategy a 360 gradi, dalla comunicazione al CRM, dalla creatività alla performance, dall'analisi dei dati fino al media buying».

Esattamente due anni fa, il 16 marzo 2014, DigiTouch esordiva a Piazza Affari. Uno step importante nel percorso di crescita del gruppo: «Arrivare in Borsa

<http://www.engage.it/agenzie/gruppo-digitouch-10-anni-nuovi-traguardi-mardegan-ci-sentiamo-ancora-imprenditori/102695#OTwSsOC4gKzQRZUD.97>

ci ha permesso di ottenere un'ottima opportunità di visibilità e la possibilità di fare investimenti importanti», aggiunge Mardegan, «e ora abbiamo intenzione di continuare a crescere seguendo il solco tracciato». Intanto, la quotidianità parla di un primo semestre 2016 chiuso con un giro d'affari di 13,5 milioni di euro e una marginalità del 13,6%, nonché di un 2017 «cominciato bene, con diverse new entry in portafoglio e **alcune gare vinte**», tra cui «due player di primo piano dei settori assicurativo e odontoiatrico».

Stasera però è il momento di prendersi una piccola pausa per festeggiare il compleanno, all'Apollo Club di Milano, con il DieciTouch Party, serata a tema anni '70. «Per ricordarci da dove veniamo», ci dice Mardegan, classe '71. «Siamo tutti sempre proiettati verso il risultato, ogni tanto ci vuole un momento per guardarci indietro e riassaporare le cose fatte. Dà una grande carica per ripartire verso nuove sfide».