

DIGITOUCH, ONE-STOP SHOP PER IL DIGITALE

DA DIECI ANNI SUL MERCATO, IL GRUPPO È IL PIÙ GRANDE PLAYER

INDIPENDENTE ITALIANO, SPECIALIZZATO NEL MAR-TECH. OFFRE AI BRAND

SERVIZI DI MARKETING A SUPPORTO DELLE VENDITE, NECESSARI PER ESSERE

COMPETITIVI IN UN MERCATO DOMINATO DALLA DIGITAL TRANSFORMATION.

A CAPO DI SETTE SOCIETÀ SPECIALIZZATE, SVOLGE UN RUOLO DI HUB

PER VALORIZZARE TUTTE LE ECCELLENZE INTERNE.

DI ILARIA MYR

Correva l'anno 2007: gli smartphone non esistevano, Facebook era appena arrivato in Italia, la comunicazione e la pubblicità erano dominate da grandi gruppi internazionali, non si parlava né di programmatic né di Dsp. Eppure, già allora un gruppo di sei amici sentì il bisogno di dare al mondo della comunicazione il **'tocco digitale'** che mancava, aggregando le migliori professionalità e talenti della comunicazione e delle tecnologie digitali in Italia: così nacque **DigiTouch**. Dieci anni dopo, quell'agenzia è diventata un Gruppo, quotato sul mercato Aim Italia, a cui fanno capo diverse realtà altamente specializzate (alcune acquisite, altre sviluppate internamente) che permettono allo stesso di posizionarsi come **hub**, ovvero come unico punto di riferimento per brand quali **Unieuro, Decathlon, Peugeot-Citroën**, ma anche per start-up digitali, come **Profumeria Web** e **Mukako**.

Con due sedi a **Milano** e **Roma**, il Gruppo conta circa **120 dipendenti**, quattro agenzie (**DigiTouch Agency, Performedia, E3, Optimized Group**), una unit per la consulenza strategica (**DigiTouch Consulting**),



Paolo Mardegan,
ceo Gruppo DigiTouch

un agency trading desk (**DAPcenter**), una Customer Data Platform (**Audiens**), una unit con focus sul vertical automotive (**Digital Automotive Solutions**) e un sito comparatore in ambito finance (**MutuiPerLaCasa.com**). Inoltre, è socio di minoranza di una concessionaria pubblicitaria a Milano (**MediaMob**) e di un'agenzia di PR e lobby a Roma (**Open Gate Italia**). "In questi dieci anni di vita sono avvenuti importanti cambiamenti nel Gruppo - spiega il ceo **Paolo Mardegan** -. Il 2014 è stato l'anno decisivo in cui abbiamo scelto di fare un grande salto.

All'epoca sul mercato esistevano da un lato i grandi centri media, dall'altro realtà molto più piccole e in mezzo si presentava una grande opportunità per fruire della quale bisognava attivare un percorso di aggregazione e consolidamento sul mercato per posizionarci come Gruppo indipendente italiano specializzato nel **digital marketing**. Siamo andati in questa direzione e per farlo abbiamo iniziato ad acquisire **Performedia** e raggiunto una dimensione critica tale da poterci quotare in Borsa sul Mercato Aim Italia.



Il team del gruppo DigiTouch, che oggi conta circa 120 persone, in occasione dei festeggiamenti del decimo compleanno

Da allora abbiamo realizzato **diverse acquisizioni** e sviluppato internamente delle unit verticali altamente specializzate che nell'insieme hanno reso il gruppo più solido e rilevante: senza falsa modestia, possiamo dire di essere, all'interno del contesto storico e competitivo del digitale, **il più grande player indipendente italiano**".

La piattaforma di gestione dati Audiens, sviluppata internamente dal Gruppo DigiTouch, offre servizi di Data Monetization e di Customer Data Platform

Dalla **Seo** alle **digital PR**, dalla **creatività** alla **performance**, dall'**analisi dei dati** fino al **media buying**: grazie alle sue società e unit verticali il Gruppo DigiTouch è in grado di offrire un'ampia rosa di servizi e prodotti, all'insegna della sinergia e dell'integrazione delle competenze. "Vogliamo che ciascuna agenzia e unit coltivi la propria **specializzazione** per garantire ottimi risultati e che nel contempo vengano favorite le attività di **cross-selling** e **up-selling** - aggiunge Mardegan -. Il nostro mantra è non essere **tut-tologi**, ma sfruttare le **sinergie interne** al Gruppo per non perderci del business".

Tra le varie business unit quella dei **big data** sta vivendo un importante periodo di

crescita grazie alla piattaforma di gestione dati **Audiens**, sviluppata internamente nel 2014 e costituita in società nel 2015. Con un catalogo che conta oltre 25 milioni di consumatori italiani, Audiens offre servizi di **Data Monetization** e di **Customer Data Platform**. A oggi, la unit ha al suo attivo collaborazioni con i principali operatori telefonici italiani, si è integrata con le più grandi piattaforme di distribuzione advertising a livello mondiale (quali Adform, DoubleClick, AppNexus, Oath, Sizmek) e con diversi Data Provider e vanta un ricco portfolio clienti, che spaziano dai centri media alle aziende. Evolversi continuamente per stare al passo con i tempi è dunque nel Dna del Gruppo DigiTouch: in questo senso vanno i recenti ingressi di **Roberto Cirtoli** come sales director del Gruppo e **Michele Trotta** come ad di **Digital Automotive Solutions**. "L'ingresso di Cirtoli va proprio nella direzione di creare una struttura commerciale unica del Gruppo - continua Mardegan -. Con la nomina di Trotta, manager di lunga esperienza, a capo della **unit automotive** vogliamo andare a presidiare un settore in grande trasformazione e che offre molte opportunità a una realtà come la nostra".

Per il 2018 la parola d'ordine del Gruppo DigiTouch è **crescere** in termini di fatturato e margini e di rafforzare i servizi più recenti - quali la **unit automotive** e la **unit consulting** - in modo che possano presto contribuire alla crescita dei risultati del Gruppo. "Quest'anno inoltre continueremo a lavorare sull'**integrazione** delle diverse realtà del nostro Gruppo perché non è né semplice né immediato unire più aziende con logiche e menti diverse e trasformarle in un Gruppo - racconta Mardegan. È importante lavorare sui processi per uniformarli, valorizzare le risorse presenti e integrare i nuovi ingressi. Un percorso costoso nel breve, ma redditizio nel medio e lungo periodo, che portiamo avanti con fiducia e convinzione".

nc

