

COMUNICATO STAMPA

Auricchio si riposiziona sul mercato con un progetto di Experience Design firmato da Gruppo DigiTouch

Grazie all'expertise di E3 il Gruppo ha ideato e sviluppato il nuovo sito web del brand, ampliando l'awareness su un'audience più giovane

MILANO 4 dicembre 2019 – Auricchio, eccellenza storica del made in Italy nel settore caseario, si è affidata al Gruppo DigiTouch, Full Digital Platform Company quotata sul mercato AIM Italia, per riposizionare il proprio brand sul mercato e farsi conoscere da un pubblico più ampio e in particolare da un'audience più giovane. Grazie all'expertise di E3, il Gruppo ha accompagnato Auricchio in un percorso di digitalizzazione e riposizionamento, che è partito dalla creazione di un nuovo sito web e dal lancio del profilo Instagram.

Online da metà settembre, auricchio.it è stato ideato e sviluppato seguendo le logiche dell'experience design, che coniugano tecnologie, marketing e design e sfruttano l'artificial intelligence per analizzare il comportamento dell'utente sulle interfacce web e migliorare la sua esperienza di navigazione sul sito, personalizzandola in base alle preferenze mostrate.

Con l'obiettivo di suscitare l'interesse nei confronti del brand da parte di un pubblico allargato e soprattutto giovane, E3 ha lavorato a un nuovo posizionamento e a una rinnovata brand identity digitale, suggerendo per entrambi una resa più contemporanea e accattivante per un pubblico giovane. A livello di visual identity, il nuovo look & feel è semplice ma premium, curato nei minimi dettagli e il linguaggio è orientato a una strategia di contenuto digital-first che strizza l'occhio ai trend food del momento.

Il sito web è stato completamente rinnovato nella user experience e nella user interface, con un approccio innovativo che pone al centro la navigazione e l'esperienza dell'utente. Il fulcro della comunicazione è la vasta gamma di marchi e prodotti del Gruppo Auricchio, raccontati attraverso una nuova narrativa costituita da una serie di scatti fotografici premium e dalla definizione di un tone of voice in linea con il nuovo posizionamento "ogni spicchio, qualcosa di speciale".

Oltre alla creazione del nuovo sito web, E3 ha curato anche l'apertura del profilo Instagram di Auricchio e l'attivazione di una social media strategy che ha permesso di aumentare la brand awareness presso un pubblico più giovane. Il lancio del sito è stato accompagnato da una campagna social che ha registrato ottimi risultati in termini di traffic building: il 91% degli utenti che hanno visitato il nuovo sito Auricchio nelle due settimane di campagna erano di fatto nuovi utenti.

La varietà dei contenuti offerti dal sito e il loro costante aggiornamento favoriscono oggi l'engagement degli utenti e la ricorsività delle loro visite. Su questo aspetto ricopre un ruolo significativo l'approccio che si fonda sul machine learning, grazie al quale il sito riconosce l'utente ricorsivo e lo orienta verso l'ultimo contenuto

visualizzato: se ad esempio l'utente ha consultato un prodotto nell'ultima visita, allora il sito attraverso un pop-up gli chiede se ha provato il prodotto e gli propone di ritornare subito ad esso o alla pagina di categoria.

«Con il lancio del nuovo sito web e del presidio social abbiamo ufficialmente mosso i primi passi per portare il nostro brand a raggiungere anche sui media digitali il successo mediatico ottenuto storicamente in televisione. Siamo lieti di aver individuato in E3 e nel Gruppo DigiTouch un partner specializzato in grado di accompagnarci in ottica consulenziale ad attuare una comunicazione più contemporanea e digitale, la quale ci sta aprendo le porte a un'audience più ampia e giovane», dichiara il team Marketing e Comunicazione di Auricchio.

«Abbiamo colto con entusiasmo questa sfida perché ci ha permesso di valorizzare diverse expertise del nostro Gruppo, mettendoci alla prova su tecnologie e ambiti innovativi quali l'experience design, la user experience e user interface e l'artificial intelligence. Siamo lieti di poter supportare Auricchio in questo percorso di riposizionamento sul mercato e digitalizzazione e certi che l'eccellenza di questo brand made in Italy riscuoterà grande successo e notorietà anche sull'audience dei giovani», dichiara Simone Ranucci Brandimarte, Presidente, Gruppo DigiTouch.

BREVE DESCRIZIONE del GRUPPO DIGITOUCH

Il Gruppo DigiTouch è una **Full Digital Platform Company**, quotata sul mercato AIM Italia. Nato nel 2007 è oggi a capo di diverse realtà (DigiTouch Agency, Performedia, E3, Optimized Group, Purple Ocean, Meware, Auto&Plus.com e MutuiPerLaCasa.com). Grazie a un'offerta integrata, composta da servizi e prodotti di **digital marketing, tecnologia & dati, e-commerce & content**, è in grado di supportare le aziende a tutto tondo nella realizzazione di **progetti di Digital Transformation**. Il Gruppo è fondato e gestito da pionieri del mercato web e mobile Europeo, già protagonisti di note iniziative di successo come Buongiorno, OneBip e Neo Network. Il Gruppo ha sedi a Milano (headquarter) e a Roma. Per maggiori informazioni visitare: www.gruppodigitouch.it.

Ticker: DGT, Codice ISIN azioni ordinarie DIGITOUCH: IT0005089476, Codice ISIN obbligazioni convertibili DIGITOUCH 2015/2020: IT0005089864

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

NOMAD**EnVent Capital Markets Ltd.**

42 Berkeley Square - London W1J 5AW

Italian Branch, via Barberini 95 - 00187 Roma

+39 06 89684111

SPECIALIST**Banca Akros SpA**

Gruppo Banco BPM

Viale Eginardo, 29 - 20149 Milano

+39 02 77115.1