



RASSEGNA STAMPA

Marzo 2018

Mesauda Milano sceglie E3 per la content strategy e il social media management

INDICE

2018.03.12 **ADCGROUP.IT**

GRUPPO DIGITOUCH: MESAUDA MILANO SCEGLIE E3 PER LA CONTENT STRATEGY E IL SOCIAL MEDIA MANAGEMENT

2018.03.12 **ADVERTISER.IT**

MESAUDA MILANO SCEGLIE E3 PER LA CONTENT STRATEGY E IL SOCIAL MEDIA MANAGEMENT

2018.03.12 **ADVFN.COM**

DIGITOUCH: MESAUDA SCEGLIE E3 PER COMUNICAZIONE BRAND

2018.03.12 **ADVFN.COM**

DIGITOUCH: TORLASCHI (E3), CON MESAUDA FOCUS SU LIFESTYLE E MODA

2018.03.12 **BORSAITALIANA.IT**

DIGITOUCH (AIM) - MESAUDA MILANO SCEGLIE E3 PER CONTENT STRATEGY E SOCIAL MEDIA MANAGEMENT

2018.03.12 **ENGAGE.IT**

MESAUDA MILANO SCEGLIE E3 PER LA CONTENT STRATEGY E IL SOCIAL MEDIA MANAGEMENT

2018.03.12 **IDEEIDEAS.IT**

E3 PER LA GESTIONE DEI SOCIAL E LA REVISIONE DELLA BRAND IDENTITY DEL BRAND DI COSMESI MESAUDA MILANO

2018.03.12 **MARKETINSIGHT.IT**

DIGITOUCH (AIM) MESAUDA MILANO SCEGLIE E3 PER CONTENT STRATEGY E SOCIAL MEDIA MANAGEMENT

2018.03.12 **MEDIAKEY.TV**

MESAUDA MILANO SCEGLIE E3 PER LA CONTENT STRATEGY E IL SOCIAL MEDIA MANAGEMENT

2018.03.12 **TGCOM24.MEDIASET.IT**

DIGITOUCH: MESAUDA SCEGLIE E3 PER COMUNICAZIONE BRAND

2018.03.13 **DAILY NET**

MESAUDA MILANO AFFIDA A E3 CONTENT STRATEGY E SOCIAL MEDIA MANAGEMENT

2018.03.13 **PUBBLI.COMNOW!**

LA CONTENT STRATEGY E IL SOCIAL MEDIA DI MESAUDA MILANO AFFIDATI A E3



2018.03.13 **PUBBLICITA' ITALIA TODAY**

MESAUDA SCEGLIE E3 PER LA CONTENT STRATEGY E IL SOCIAL MEDIA MANAGEMENT

2018.03.13 **PUBBLICITAITALIA.IT**

MESAUDA SCEGLIE E3 PER LA CONTENT STRATEGY E IL SOCIAL MEDIA MANAGEMENT

2018.03.13 **WEBSIMACTION.IT**

DIGITOUCH - NUOVO CONTRATTO NEL SETTORE DELLA MODA

GRUPPO DIGITOUCH: MESAUDA MILANO SCEGLIE E3 PER LA CONTENT STRATEGY E IL SOCIAL MEDIA MANAGEMENT

L'agenzia accompagnerà il brand del settore cosmesi nel cambiamento di strategia di comunicazione finalizzato all'estensione della brand awareness al mercato consumer. Mesauda Milano, brand beauty made in Italy specializzato nella produzione di prodotti professionali per il make-up, si è affidato a E3, agenzia di comunicazione integrata del Gruppo DigiTouch (società quotata sul mercato AIM Italia e specializzata nel Mar-Tech), per la comunicazione del brand sui social media e per l'estensione della comunicazione anche al pubblico consumer, lavorando su attività mirate all'incremento della brand awareness.

Al fianco del cliente da novembre dello scorso anno per la copertura strategico-editoriale dei profili Facebook e Instagram del Brand, E3 sta accompagnando il brand nella ridefinizione della strategia di comunicazione con l'obiettivo di estendere il presidio del brand al target consumer. A tal fine E3 ha realizzato uno studio sulla social brand identity di Mesauda Milano e ha offerto al brand soluzioni creative per la revisione della visual identity, del tone of voice e del posizionamento del brand sui social e per la realizzazione di progetti speciali nel corso dell'anno.

«Da 10 anni punto di riferimento di make-up artist e professionisti del settore, abbiamo deciso di aprirci anche ai consumatori finali. Riconoscendo il ruolo cruciale svolto dai social media per amplificare la conoscenza di un brand sul largo pubblico e avendo l'esigenza di essere affiancati da un partner dalla forte expertise in ambito beauty & lifestyle, abbiamo deciso di appoggiarci a un'agenzia specializzata e, nel panorama di specialisti in Italia, abbiamo scelto E3, avendone apprezzato l'approccio strategico-creativo ai social media e la particolare attenzione all'elaborazione ed alla distribuzione dei contenuti sui contenuti» commenta Amit Buaron, CEO di Mesauda Milano.

«Siamo felici di poter collaborare con un brand made in Italy come Mesauda Milano e lieti che ci abbia voluto al suo fianco come partner di fiducia in questo periodo importante di cambiamento. Stiamo costruendo un team di specialisti che seguono il settore lifestyle e moda con grande interesse, pronti a cogliere stimoli creativi e novità di settore per tradurli in contenuti creativi ed editoriali di valore per il pubblico, con una particolare attenzione all'amplificazione del messaggio di brand ed alla creazione di contenuti dall'alto potenziale a livello di engagement in modo da rendere la marca sempre più rilevante per le persone per trasformare branding e engagement in un'unica esperienza omnicanale» commenta Enrico Torlaschi (nella foto), Managing Director di E3.

Per offrirti un'esperienza di navigazione ottimizzata e in linea con le tue preferenze, Tvn Media Group - Tvn S.r.l. e i suoi partner utilizzano cookies, anche di terze parti. Chiudendo questo banner acconsenti al loro impiego in conformita' alla nostra Cookie Policy. [Maggiori Informazioni](#) [Ok](#)

HOME CHI SIAMO CONTATTI ABBONAMENTI AGENDA IL MAGAZINE GLI SPECIALI

Advertiser

COMMUNICATION STRATEGIES

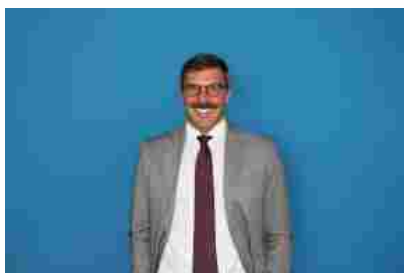
CERCA IN ADVERTISER.IT

BRAND | MEDIA | MOBILE | RICERCHE | AZIENDE | AGENZIE | PEOPLE

/ **agenzie**/gare e budget

MESAUDA MILANO SCEGLIE E3 PER LA CONTENT STRATEGY E IL SOCIAL MEDIA MANAGEMENT

12 Marzo 2018



DALL'AGENZIA

Mesauda Milano, brand beauty *made in Italy* specializzato nella produzione di prodotti professionali per il make-up, si è affidato a **E3**, agenzia di comunicazione integrata del **Gruppo DigiTouch**, per la comunicazione del brand sui social media e per l'estensione della comunicazione anche al pubblico consumer, lavorando su attività mirate all'incremento della brand awareness.

Al fianco del cliente da novembre dello scorso anno per la copertura strategico-editoriale dei profili Facebook e Instagram del brand, E3 sta accompagnando il brand nella ridefinizione della strategia di comunicazione con l'obiettivo di estendere il presidio del brand al target consumer. A tal fine E3 ha realizzato uno studio sulla *social brand identity* di Mesauda Milano e ha offerto al brand soluzioni creative per la revisione della *visual identity*, del *tone of voice* e del posizionamento del brand sui social e per la realizzazione di progetti speciali nel corso dell'anno.

“Da 10 anni punto di riferimento di make-up artist e professionisti del settore, abbiamo deciso di aprirci anche ai consumatori finali. Riconoscendo il ruolo cruciale svolto dai social media per amplificare la conoscenza di un brand sul largo pubblico e avendo l'esigenza di essere affiancati da un partner dalla forte expertise in ambito beauty & lifestyle, abbiamo deciso di appoggiarci a un'agenzia specializzata e, nel panorama di specialisti in Italia, abbiamo scelto E3, avendone apprezzato l'approccio strategico-creativo ai social media e la particolare attenzione all'elaborazione ed alla distribuzione dei contenuti sui contenuti”, commenta **Amit Buaron**, CEO di Mesauda Milano.

“Siamo felici di poter collaborare con un brand made in Italy come Mesauda Milano e lieti che ci abbia voluto al suo fianco come partner di fiducia in questo periodo importante di cambiamento. Stiamo costruendo un team di specialisti che seguono il settore lifestyle e moda con grande interesse, pronti a cogliere stimoli creativi e novità di settore per tradurli in contenuti creativi ed editoriali di valore per il pubblico, con una particolare attenzione all'amplificazione del messaggio di brand ed alla creazione di contenuti dall'alto potenziale a



livello di engagement in modo da rendere la marca sempre più rilevante per le persone per trasformare branding e engagement in un'unica esperienza omnicanale", commenta

Enrico Torlaschi, Managing Director di E3 (nella foto).

TAGS

E3, beauty, made in italy, cosmesi, gruppo digitouch, Mesauda Milano

ARTICOLI CORRELATI

• *Gruppo DigiTouch conferma e amplia la collaborazione con Farmafactoring per Conto Fatto*

• *Chi, cosa e come: i trend del settore beauty per il 2018 nei dati LOW, la unit di The Big Now*

• *Michelin sceglie E3 come partner social strategico e creativo per tutto il 2018*

Commenti: 0

Ordina per **Novità**



Aggiungi un commento...

Plug-in Commenti di Facebook

HOME CHI SIAMO CONTATTI ABBONAMENTI AGENDA IL MAGAZINE GLI SPECIALI PUBBLICITÀ PRIVACY CONDIZIONI D'USO



BRAND

• Fruttolo e Ogliv
di nuovo in Tv per
presentare il
nuovo Fruttolo
Merenda

• Al via
#ChiediloAlCapitano,
il nuovo format
social di William
Hill e Paolo
Maldini

• Per il lancio di
Nuova C4 Cactus,
Citroën presenta la
sua campagna
pubblicitaria

MEDIA

• Triboo rinnova
PMI.it, il portale
di riferimento per
le piccole e medie
imprese

• Fabrizio Piscopo
entra in System
24, la
concessionaria del
gruppo 24 Ore

• Valica potenzia il
segmento viaggi
enogastronomici
con l'acquisizione
del 75% di
Paesidelgusto.it e

MOBILE

• TMRW Hotels
App: in Ungheria il
primo hotel
europeo gestibile
direttamente dallo
smartphone

• Gruppo Roncaglia
al Mobile World
Congress nel segno
di "High Tech,
High Touch"

• Tradelab lancia
MMO, l'algoritmo
d'Instant
Marketing Mobile

RICERCHE

• Small Data e Big
Data. Un
seminario
pubblico
organizzato da
Astarea

• Il CSST Web
Auditing di ANES
si apre ai siti non
editoriali e ai non
associati

• Accenture:
Disruption, due
terzi delle grandi
aziende devono
imparare ad

AZIENDE

• L'impegno di
Microsoft per
divulgare
l'Intelligenza
Artificiale e la
cultura digitale

• ComoNEXt e EY
promuovono
l'open innovation
con il progetto
TwInnovation

• Alfemminile firma
una partnership
biennale in
esclusiva con
Teads

AGENZIE

• Mesauda Milano
sceglie E3 per la
content strategy e
il social media
management

• HUBo9 diventa
consulente digital
per il bioparco
ZOOM

• Keros Digital firma
il restyling della
piattaforma
ecommerce di
Cisalfa

PEOPLE

• Stefano Paul
Zanenga è il nuovo
Global Director of
Sales & Marketing

• Mario Franci
nominato Chief
Commercial
Officer

• Francesca Capaldi
nominata Country
Marketing
Manager



Home of the Private Investor

12/03/2018 15:40:05

0422 1695358

Iscrizione Gratuita

Login

Monitor

Quotazioni

Grafici

Book

Desktop

Portafoglio

Notifiche

Toplist

Notizie

Follow Feed

Forum

PLUS1

B

Titoli di Stato

Materie Prime

Forex

Panoramica

CFD

Rating

Ricerca Quotazioni



Quotazione

Grafico

Book

Ordini

Notizie

Bilanci

Storico

Analisi Tecnica

Facebook, Inc. (NASDAQ)

NASDAQ:FB

Ok

Digitouch: Mesauda sceglie E3 per comunicazione brand

Data : 12/03/2018 @ 14:45

Fonte : MF Dow Jones (Italiano)

Titolo : Facebook, Inc. (FB)

Quotazione : **+ 184.67 -0.56 (-0.30%) @ 15:25**[Quotazione Facebook](#)[Grafico](#)[Dati Finanziari](#)

Digitouch: Mesauda sceglie E3 per comunicazione brand

Mesauda Milano, brand beauty made in Italy specializzato nella produzione di prodotti professionali per il make-up, si è affidato a E3, agenzia di comunicazione integrata del gruppo DigiTouch (quotato sull'Aim Italia e specializzato nel Mar-Tech), per la pubblicizzazione del marchio sui social media e la sua estensione anche al pubblico consumer, lavorando su attività mirate all'incremento della brand awareness.

E3, a fianco del cliente da novembre dello scorso anno per la copertura strategico-editoriale dei profili Facebook e Instagram, si legge in una nota, sta accompagnando il brand nella ridefinizione della strategia di comunicazione con l'obiettivo di estendere il presidio del marchio al target consumer.

A tal fine, l'agenzia di comunicazione di Digitouch ha realizzato uno studio sulla social brand identity di Mesauda Milano, offrendogli soluzioni creative per la revisione della visual identity, del tone of voice e del posizionamento del brand sui social, oltre che per la realizzazione di progetti speciali nel corso dell'anno.

com/gco

giorgia.cococcioni@mfdowjones.it

(END) Dow Jones Newswires

March 12, 2018 09:30 ET (13:30 GMT)

Copyright (c) 2018 MF-Dow Jones News Srl.

Grafico Azioni Facebook (NASDAQ:FB) Intraday

Oggi : Lunedì 12 Marzo 2018



La tua Cronologia

BIT	BITI	BIT	NASDAQ	FX
BMP5	FTSEMIB	UCG	AAPL	EURUSD
Monte Pasc...	FTSE Mib	Unicredit	Apple	Euro vs. Do...

Le azioni che visualizzerai appariranno in questo riquadro, così potrai facilmente tornare alle quotazioni di tuo interesse.

Registrati ora per creare la tua watchlist personalizzata in tempo reale streaming.



Home of the Private Investor

12/03/2018 18:48:50

0422 1695358

Iscrizione Gratuita

Login

Monitor

Quotazioni

Grafici

Book

Desktop

Portafoglio

Notifiche

Toplist

Notizie

Follow Feed

Forum

PLUS1

B

Titoli di Stato

Materie Prime

Forex

Panoramica

CFD

Rating

Ricerca Quotazioni



Quotazione

Grafico

Book

Ordini

Notizie

Dividendi

Bilanci

Storico

Digitouch (BIT)

BIT:DGT

Ok

Digitouch: Torlaschi (E3), con Mesauda focus su lifestyle e moda

Data : 12/03/2018 @ 17:43

Fonte : MF Dow Jones (Italiano)

Titolo : Digitouch (DGT)

Quotazione : + 1.515 -0.015 (-0.98%) @ 17:26

[Quotazione Digitouch](#)[Grafico](#)

Digitouch: Torlaschi (E3), con Mesauda focus su lifestyle e moda

"Siamo felici di poter collaborare con un brand made in Italy come Mesauda Milano e lieti che ci abbia voluto al suo fianco come partner di fiducia in questo periodo importante di cambiamento. Stiamo costruendo un team di specialisti che seguono il settore lifestyle e moda con grande interesse, pronti a cogliere stimoli creativi e novità di settore per tradurli in contenuti creativi ed editoriali di valore per il pubblico, con una particolare attenzione all'amplificazione del messaggio di brand ed alla creazione di contenuti dall'alto potenziale a livello di engagement in modo da rendere la marca sempre più rilevante per le persone per trasformare branding e engagement in un'unica esperienza omnicanale".

Queste le parole di Enrico Torlaschi, Managing Director di E3, agenzia di comunicazione del gruppo quotato sull'Aim Italia Digitouch, dopo che Mesauda Milano ha affidato alla società la sua strategia di comunicazione finalizzata all'estensione della brand awareness al mercato consumer.

com/gco

giorgia.cococcioni@mfdowjones.it

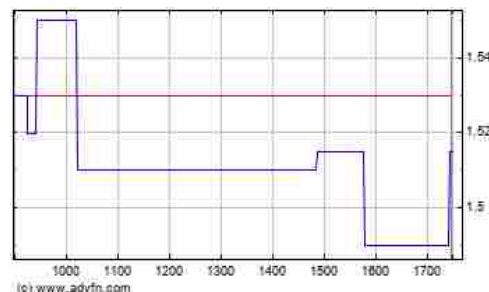
(END) Dow Jones Newswires

March 12, 2018 12:28 ET (16:28 GMT)

Copyright (c) 2018 MF-Dow Jones News Srl.

Grafico Azioni Digitouch (BIT:DGT) Intraday

Oggi : Lunedì 12 Marzo 2018



La tua Cronologia



Le azioni che visualizzerai appariranno in questo riquadro, così potrai facilmente tornare alle quotazioni di tuo interesse.

Registrati ora per creare la tua watchlist personalizzata in tempo reale streaming.

**Borsa Italiana**REGISTRATI | ACCEDI  

Cerca Titolo, ISIN, altro...



Azioni

ETF

ETC e ETN

Fondi

Derivati

CW e Certificati

Obbligazioni

Notizie e Finanza

Borsa Italiana

NOTIZIE MARKET INSIGHT



DIGITOUCH (AIM) – MESAUDA MILANO SCEGLIE E3 PER CONTENT STRATEGY E SOCIAL MEDIA MANAGEMENT

E3, l'agenzia di comunicazione integrata del Gruppo DigiTouch, accompagnerà il brand del settore cosmesi Mesauda Milano nel cambiamento della strategia di comunicazione finalizzato all'estensione della brand awareness al mercato consumer. Al fianco del cliente da novembre dello scorso anno per la copertura strategico-editoriale dei profili Facebook e Instagram del Brand, E3 ha realizzato uno studio sulla social brand identity di Mesauda Milano e ha offerto al brand soluzioni creative per la revisione della visual identity, del tone of voice e del posizionamento sui social e per la realizzazione di progetti speciali nel corso dell'anno.

(MARKET INSIGHT) 12-03-2018 10:18

Titoli citati nella notizia

Nome	Prezzo Ultimo Contratto	Var %	Ora	Min oggi	Max oggi	Apertura
Digitouch	1,51	-1,31	10.13.04	1,51	1,55	1,52

TAG

DIGITOUCH

Servizi e Strumenti

[Formazione](#) | [Glossario](#) | [Pubblicità](#) | [Dati in tempo reale](#) | [Avvisi di Borsa](#) | [Listino ufficiale](#)

Link utili

[Ufficio stampa](#) | [Il gruppo](#) | [Lavora con noi](#) | [Eventi e dividendi](#) | [Comitato Corporate Governance](#) | [Calendario](#) | [Studenti](#)

Info legali

[Disclaimer](#) | [Copyright](#) | [Privacy](#) | [Cookie policy](#) | [Credits](#) | [Bribery Act](#) | [Codice di Comportamento](#)

Cerca su Engage



12/03/2018

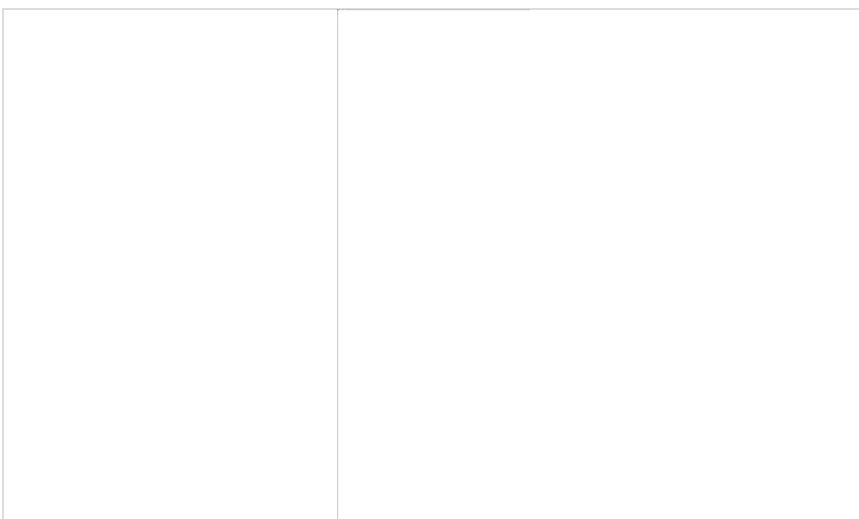
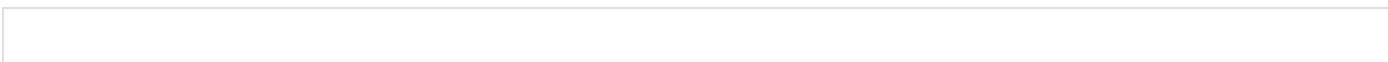
[Campagne](#) [Media](#) [Tecnologia](#) [Aziende](#) [Agenzie](#) [Datacenter](#) [Eventi](#) [Mobile](#) [Social](#) [Ricerche](#)[Agenda](#) [Jobs](#) [Privacy](#) [Contatti](#)

■ AGENZIE

Mesauda Milano sceglie E3 per la content strategy e il social media management

L'agenzia accompagnerà il brand del settore cosmesi nel cambiamento di strategia di comunicazione finalizzato all'estensione della brand awareness al mercato consumer

di **Lorenzo Mosciatti** 12 marzo 2018



Enrico Torlaschi

Nuovo cliente per E3.

Mesauda Milano, [brand](#) italiano della bellezza specializzato nella produzione di prodotti professionali per il make-up, ha scelto l'agenzia di comunicazione integrata del Gruppo DigiTouch, società quotata sul mercato Aim Italia e specializzata nel mar-tech, per la comunicazione del brand sui social media e per l'estensione della comunicazione anche al pubblico consumer, lavorando su attività mirate all'incremento della brand awareness.

Al fianco del cliente da novembre dello scorso anno per la copertura

Ultimi Articoli

■ MEDIA

Triboo: restyling per Pmi.it. Formati adv in linea con gli standard della Coalition for better ads

■ AZIENDE ■ MEDIA

Bonus pubblicità, il regolamento di attuazione ancora non c'è!

PROGRAMMATIC ITALIA

Ghostery cambia business model, tra dati e (un po' di) pubblicità

PROGRAMMATIC ITALIA

Secondo OpenX, il 300 x 250 è tra i formati video più fraudolenti. Ecco perchè

■ SOCIAL

#ChiediloAlCapitano, Paolo Maldini nel nuovo format social di William Hill

■ CAMPAGNE

Citroën lancia la Nuova C4 Cactus. Lo spot al via l'11 marzo

strategico-editoriale dei profili Facebook e Instagram del Brand, E3 sta accompagnando il brand nella ridefinizione della strategia di comunicazione con l'obiettivo di estendere il presidio del brand al target consumer. A tal fine E3 ha realizzato uno studio sulla social brand identity di Mesauda Milano e ha offerto al brand soluzioni creative per la revisione della visual identity, del tone of voice e del posizionamento del brand sui social e per la realizzazione di progetti speciali nel corso dell'anno.

“Da 10 anni punto di riferimento di make-up artist e professionisti del settore, abbiamo deciso di aprirci anche ai consumatori finali”, commenta **Amit Buaron**, Ceo di Mesauda Milano. “Riconoscendo il ruolo cruciale svolto dai social media per amplificare la conoscenza di un brand sul largo pubblico e avendo l'esigenza di essere affiancati da un partner dalla forte expertise in ambito beauty & lifestyle, abbiamo deciso di appoggiarci a un'agenzia specializzata e, nel panorama di specialisti in Italia, abbiamo scelto E3, avendone apprezzato l'approccio strategico-creativo ai social media e la particolare attenzione all'elaborazione ed alla distribuzione dei contenuti sui contenuti”.

“Siamo felici di poter collaborare con un brand made in Italy come Mesauda Milano e lieti che ci abbia voluto al suo fianco come partner di fiducia in questo periodo importante di cambiamento”, commenta **Enrico Torlaschi**, Managing Director di E3. “Stiamo costruendo un team di specialisti che seguono il settore lifestyle e moda con grande interesse, pronti a cogliere stimoli creativi e novità di settore per tradurli in contenuti creativi ed editoriali di valore per il pubblico, con una particolare attenzione all'amplificazione del messaggio di brand ed alla creazione di contenuti dall'alto potenziale a livello di engagement in modo da rendere la marca sempre più rilevante per le persone per trasformare branding e engagement in un'unica esperienza omnicanale”.

■ AZIENDE ■ MEDIA

System 24, la concessionaria di Gruppo 24 Ore, si rafforza con Fabrizio Piscopo

■ MOBILE ■ STARTUP

Un bando da 50.000 dollari per la comunicazione delle startup

■ CAMPAGNE

Apple presenta HomePod con un video di Spike Jonze

■ CAMPAGNE

Head & Shoulders, al via la campagna #Coraggiointesta con Gigi Buffon

Sullo Stesso Argomento:

E3 e Zeiss ancora insieme per la promozione delle Zeiss Digital Lenses



Nuovi progetti per MilleEventi: rafforzato il reparto digital dell'agenzia

Lunedì 12 marzo 2018

Home Chi siamo Contatti Comunicati Privacy Disclaimer



Beauty/Moda Casa/Benessere Comunicazione Eventi Food/Beverage Hi-Tech Fotonotizie Media Motori
 Programmi Retail Servizi Entertainment/Turismo Digital Riflettori Puntati


 Cerca

FAST NEWS

Fast News

E3 per la gestione dei social e la revisione della brand identity del brand di cosmesi Mesauda Milano.

Mesauda Milano (prodotti professionali per il make-up) ha scelto E3 (Gruppo DigiTouch) per la comunicazione ui social media e per l'estensione della brand awareness anche al pubblico consumer. Già da impegnata nella copertura strategico-editoriale dei profili Facebook e Instagram del Brand, E3 sta accompagnando il brand nella ridefinizione della strategia di comunicazione per estendere il presidio anche al target consumer. E3 ha ideato soluzioni creative per la revisione della visual identity, del tone of voice e del posizionamento del sui social e per la realizzazione di progetti speciali nel corso dell'anno. (13 marzo 2018)



VIDEONOTIZIA JoggJeans Diesel, dedicati a chi sta scappando. Campagna globale di Publicis Italia

Si è verificato un errore.

[Prova a guardare il video su www.youtube.com](#) oppure attiva JavaScript se è disabilitato nel browser.



Si chiamano JoggJeans, Diesel li ha fatti in denim e jersey perché permettano di muoversi molto velocemente. Publicis Italia stressa il concetto indicandoli come jeans ideali per chi vuole scappare da un appuntamento, preso al buio su internet, che si rivela poco gradito. Così avviene a un ragazzo nel video online prodotto da The Family con regia di Marco Prestini, parte della campagna integrata globale che comprende anche stampa, out of home, e-commerce, attivazioni locali e contenuti sui social media. (12 marzo 2018)

I media alla Borsa di Milano

09.03.2018	Apertura	Max.	Min.	Chiusura	Δ %
Cairo Communication	3.3850	3.4200	3.3300	3.3500	-0.15
Caltagirone Editore	1.3200	1.3550	1.3200	1.3550	1.50
Class Editori	0.3870	0.3880	0.3750	0.3780	-2.07
Gruppo L'Espresso	0.5490	0.5510	0.5460	0.5500	0.18
Il Sole 24 Ore	0.6950	0.7080	0.6910	0.6920	-1.00
Mediacontech	0.5900	0.5900	0.5620	0.5840	0.34
Mediaset	3.3220	3.3690	3.2580	3.2780	-1.80
Mondadori Editore	1.8500	1.9440	1.8500	1.9160	2.24
Mondo TV	5.2900	5.4400	5.2900	5.3500	0.56
Monrif	0.2360	0.2480	0.2340	0.2420	1.68
Poligrafici Editoriale	0.2970	0.3070	0.2910	0.2970	-0.67
Ray Way	4.6200	4.7200	4.6200	4.6750	1.08
RCS Mediagroup	1.1220	1.1540	1.1220	1.1500	2.13
Italiaonline	2.7950	2.8650	2.7950	2.8600	2.33

Powered by Six Financial Information su dati di Borsa Italiana



Home > Segmenti > AIM > DigiTouch (Aim) – Mesauda Milano sceglie E3 per content strategy e social...

Segmenti AIM Settori Tecnologia

DIGITOUCH (AIM) – MESAUDA MILANO SCEGLIE E3 PER CONTENT STRATEGY E SOCIAL MEDIA MANAGEMENT

12/03/2018

E3, l'agenzia di comunicazione integrata del Gruppo DigiTouch, accompagnerà il brand del settore cosmesi Mesauda Milano nel cambiamento della strategia di comunicazione finalizzato all'estensione della brand awareness al mercato consumer.

Al fianco del cliente da novembre dello scorso anno per la copertura strategico-editoriale dei profili Facebook e Instagram del Brand, E3 ha realizzato uno studio sulla social brand identity di Mesauda Milano e ha offerto al brand soluzioni creative per la revisione della visual identity, del tone of voice e del posizionamento sui social e per la realizzazione di progetti speciali nel corso dell'anno.

AZIENDE Digtouch

Mi piace 0



ARTICOLI CORRELATI



DIGITOUCH (AIM) – MESAUDA MILANO SCEGLIE E3 PER



TECNOLOGIA (AIM) – DIGITOUCH LA MIGLIORE (+5,5%)



TECNOLOGIA (AIM) – ANCORA ACQUISTI SOSTENUTI SU

Lettera all'Investitore



BANCA IFIS – NUOVI RECORD E CONFERME SUL PIANO

12/03/2018



DIGITAL360 – INVESTIMENTI E CRESCITA ESTERNA PER AFFERMARSI COME RIFERIMENTO NELL'INNOVAZIONE DIGITALE

08/03/2018



AZIMUT – UN 2017 DA INCORNICIARE ED UN FUTURO GLOBAL

05/03/2018

Analisi e Approfondimenti:


 OBBLIGAZIONI – IL PASTICCIO DEI DAZI
12/03/2018

 OBBLIGAZIONI – LA DIFFICILE SUCCESSIONE A MARIO DRAGHI
09/03/2018

 MEDIA – INVESTIMENTI PUBBLICITARI ONLINE -3,2% A GENNAIO
09/03/2018

Editoriali:



VUOI MOLTIPLICARE I TUOI CLIENTI E PAGARE MENO TASSE?

FAI PUBBLICITÀ SULLA STAMPA SPECIALIZZATA

Nel 2018 potrai beneficiare di un credito d'imposta dal 75% al 90% sugli investimenti incrementali.

ANES ASSOCIAZIONE NAZIONALE EDITORIA DI SETTORE

LOGIN

Cerca

[HOME](#) [TESTATE](#) [NEWS](#) [AWARDS](#) [VIDEO](#) [OPERATORI](#) [SHOP](#) [IL GRUPPO](#) [CONTATTI](#) [AREA UTENTI](#) [JOB OPPORTUNITIES](#)[NEWSLETTER](#) [ARCHIVIO NEWS](#)

12 marzo 2018

Mesauda Milano sceglie E3 per la content strategy e il social media management

Categoria: Comunicazione online, siti e concorsi web



Mesauda Milano, brand beauty made in Italy specializzato nella produzione di prodotti professionali per il make-up, si è affidato a E3, agenzia di comunicazione integrata del Gruppo DigiTouch (società quotata sul mercato AIM Italia e specializzata nel Mar-Tech), per la comunicazione del brand sui social media e per l'estensione della comunicazione anche al pubblico consumer, lavorando su attività mirate all'incremento della brand awareness.

Al fianco del cliente da novembre dello scorso anno per la copertura strategico-editoriale dei profili Facebook e Instagram del Brand, E3 sta accompagnando il brand nella ridefinizione della strategia di comunicazione con l'obiettivo di estendere il presidio del brand al target consumer. A tal fine E3 ha realizzato uno studio sulla social

brand identity di Mesauda Milano e ha offerto al brand soluzioni creative per la revisione della visual identity, del tone of voice e del posizionamento del brand sui social e per la realizzazione di progetti speciali nel corso dell'anno.

«Da 10 anni punto di riferimento di make-up artist e professionisti del settore, abbiamo deciso di aprirci anche ai consumatori finali. Riconoscendo il ruolo cruciale svolto dai social media per amplificare la conoscenza di un brand sul largo pubblico e avendo l'esigenza di essere affiancati da un partner dalla forte expertise in ambito beauty & lifestyle, abbiamo deciso di appoggiarci a un'agenzia specializzata e, nel panorama di specialisti in Italia, abbiamo scelto E3, avendone apprezzato l'approccio strategico-creativo ai social media e la particolare attenzione all'elaborazione ed alla distribuzione dei contenuti sui contenuti» commenta Amit Buaron, CEO di Mesauda Milano.

«Siamo felici di poter collaborare con un brand made in Italy come Mesauda Milano e lieti che ci abbia voluto al suo fianco come partner di fiducia in questo periodo importante di cambiamento. Stiamo costruendo un team di specialisti che seguono il settore lifestyle e moda con grande interesse, pronti a cogliere stimoli creativi e novità di settore per tradurli in contenuti creativi ed editoriali di valore per il pubblico, con una particolare attenzione all'amplificazione del messaggio di brand ed alla creazione di contenuti dall'alto potenziale a livello di engagement in modo da rendere la marca sempre più rilevante per le persone per trasformare branding e engagement in un'unica esperienza omnicanale» commenta Enrico Torlaschi, Managing Director di E3.

[Triboo presenta il nuovo PMI.it »](#)[<- Indietro a: News](#)GLI OPERATORI
DELLA
COMUNICAZIONE

STUDIO CONTATTO

STUDIOWIKI

TEND

TICIA ARIGO
ADVERTISING

TIMMAGINE

TRUE COMPANY

WE ARE SOCIAL

AGENZIE MEDIA

BLUE 449

MEDIA ITALIA

STARCOM ITALIA

ZENITH ITALY

CASE DI
PRODUZIONE
AUDIO

DISC TO DISC

FOXTROT

CLICCA QUI PER
VEDERE TUTTI GLI
OPERATORI

> Tgcom24 > Economia > News d'agenzia > Digitouch: Mesauda sceglie E3 per comunicazione brand

Quotazioni Borsa

News d'agenzia

Mf-Dow Jones

Caldissime MF

Focus Ipo

Commenti Borsa

Comm. Borse Estere

Indici Borse estere

Fondi comuni

Euro e valute

Tassi

Fisco

Petrolio

In collaborazione con 

Cerca Titoli

Milano - Azioni *

Invia

Note sull'utilizzo dei dati

MF-DOW JONES NEWS

< Indietro

DIGITOUCH: MESAUDA SCEGLIE E3 PER COMUNICAZIONE BRAND

12/03/2018 14:30

MILANO (MF-DJ)--Mesauda Milano, brand beauty made in Italy specializzato nella produzione di prodotti professionali per il make-up, si e' affidato a E3, agenzia di comunicazione integrata del gruppo DigiTouch (quotato sull'Aim Italia e specializzato nel Mar-Tech), per la pubblicizzazione del marchio sui social media e la sua estensione anche al pubblico consumer, lavorando su attivita' mirate all'incremento della brand awareness. E3, a fianco del cliente da novembre dello scorso anno per la copertura strategico-editoriale dei profili Facebook e Instagram, si legge in una nota, sta accompagnando il brand nella ridefinizione della strategia di comunicazione con l'obiettivo di estendere il presidio del marchio al target consumer. A tal fine, l'agenzia di comunicazione di Digitouch ha realizzato uno studio sulla social brand identity di Mesauda Milano, offrendogli soluzioni creative per la revisione della visual identity, del tone of voice e del posizionamento del brand sui social, oltre che per la realizzazione di progetti speciali nel corso dell'anno. com/gco giorgia.cococcioni@mfdowjones.it (fine) MF-DJ NEWS

Strumenti

 Stampa

Condividi       

Le News piu' lette

1. Bene il Ftse Mib in attesa Eurogruppo, Astaldi sotto pressione 12/03/2018
2. Mediobanca, Exor pensa a un'break up di Fca? 12/03/2018
3. Leonardo, contratto in arrivo per il consorzio Eurofighter 12/03/2018
4. Eni vende molto bene il 10% di Zohr ed entra negli Emirati 12/03/2018
5. Maire Tecnimont si espande nelle Filippine 12/03/2018

pubblicità

Incarichi Mesauda Milano affida a E3 content strategy e social media management

L'agenzia accompagnerà il marchio del settore cosmesi nel cambiamento di strategia di comunicazione finalizzato all'estensione della brand awareness al mercato consumer

Mesauda Milano, brand beauty made in Italy specializzato nella produzione di prodotti professionali per il make-up, si è affidato a E3, agenzia di comunicazione integrata del Gruppo DigiTouch, per la comunicazione del marchio sui social media e per l'estensione della comunicazione anche al pubblico consumer, lavorando su attività mirate all'incremento della brand awareness.

TARGET CONSUMER

Al fianco del cliente da

novembre dello scorso anno per la copertura strategico-editoriale dei profili Facebook e Instagram, E3 sta accompagnando il brand nella ridefinizione della strategia di comunicazione con l'obiettivo di estendere il presidio del brand al target consumer. A tal fine E3 ha realizzato uno studio sulla social brand identity di Mesauda Milano e ha offerto al brand soluzioni creative per la revisione della visual identity, del tone of voice e del posizionamen-

to del brand sui social e per la realizzazione di progetti speciali nel corso dell'anno.

L'IMPORTANZA DEI CONTENUTI

"Da dieci anni punto di riferimento di make-up artist e professionisti del settore, abbiamo deciso di aprirci anche ai consumatori finali. Riconoscendo il ruolo cruciale svolto dai social media per amplificare la conoscenza di un brand sul largo pubblico e avendo l'esigenza di essere affiancati da un partner dalla forte expertise in ambito beauty & lifestyle, abbiamo deciso di appoggiarci a un'agenzia specializzata, nel panorama di specialisti in Italia, abbiamo



scelto E3, avendone apprezzato l'approccio strategico-creativo ai social media e la particolare attenzione all'elaborazione ed alla distribuzione dei contenuti sui contenuti", commenta Amit Buaron, ceo di Mesauda Milano.

BEAUTY & LIFESTYLE

"Siamo felici di poter collaborare con un brand made in Italy come Mesauda Milano e lieti che ci abbia voluto al suo fianco come partner di fiducia in questo periodo importante di cambiamento. Stiamo costruendo un team di specialisti che seguono il settore li-

festyle e moda con grande interesse, pronti a cogliere stimoli creativi e novità di settore per tradurli in contenuti creativi ed editoriali di valore per il pubblico, con una particolare attenzione all'amplificazione del messaggio di brand ed alla creazione di contenuti dall'alto potenziale a livello di engagement in modo da rendere la marca sempre più rilevante per le persone per trasformare branding e engagement in un'unica esperienza omnicanale", aggiunge Enrico Torlaschi, managing director di E3.



BUDGET IN MOVIMENTO

La content strategy e il social media di Mesauda Milano affidati a E3

Sarà l'agenzia E3 (gruppo DigiTouch) ad affiancare Mesauda Milano, brand del settore cosmesi, nel cambiamento di strategia di comunicazione finalizzato all'estensione della brand awareness al mercato consumer. Al fianco del cliente da novembre dello scorso anno per la copertura strategico-editoriale dei profili Facebook e Instagram del brand, E3 sta accompagnando Mesauda Milano nella ri-

definizione della strategia di comunicazione con l'obiettivo di estendere il presidio del brand al target consumer. Per questo l'agenzia ha realizzato uno studio sulla social brand identity di Mesauda Milano e ha offerto al marchio soluzioni creative per la revisione della visual identity, del tone of voice e del posizionamento del brand sui social e per la realizzazione di progetti speciali nel corso dell'anno.



STRATEGIA DI COMUNICAZIONE FINALIZZATA ALL'ESTENSIONE DELLA BRAND AWARENESS AL MERCATO CONSUMER

MESAUDA SCEGLIE E3 PER LA CONTENT STRATEGY E IL SOCIAL MEDIA MANAGEMENT

Mesauda Milano, brand beauty made in Italy specializzato nella produzio-



Enrico Torlaschi

ne di prodotti professionali per il make-up, si è affidato a **E3**, agenzia di comunicazione integrata del **Gruppo DigiTouch** (società quotata sul mercato AIM Italia e specializzata nel Mar-Tech), per la comunicazione del brand sui social media e per l'estensione della comunicazione anche al pubblico consumer, lavorando su attività mirate all'incremento della brand awareness.

Al fianco del cliente da novembre dello scorso anno per la copertura strate-

gico-editoriale dei profili Facebook e Instagram, E3 sta accompagnando il brand nella ridefinizione della strategia di comunicazione con l'obiettivo di estendere il presidio del brand al target consumer. "Da 10 anni punto di riferimento di make-up artist e professionisti del settore, abbiamo deciso di aprirci anche ai consumatori finali. Riconoscendo il ruolo cruciale svolto dai social media per amplificare la conoscenza di un brand sul largo pubblico e avendo l'esigenza di es-

sere affiancati da un partner dalla forte expertise in ambito beauty & lifestyle, abbiamo deciso di appoggiarci a un'agenzia specializzata e, nel panorama di specialisti in Italia, abbiamo scelto E3, avendone apprezzato l'approccio strategico-creativo ai social media e la particolare attenzione all'elaborazione e alla distribuzione dei contenuti sui contenuti", commenta **Amit Buaron**, ceo di Mesauda Milano.

continua a pag 22

BRANDING E ENGAGEMENT

E3 E MESAUDA MILANO INSIEME PER IL PRESIDIO DEL BRAND SUL TARGET CONSUMER

(Segue dalla prima) A tal fine **E3** ha realizzato uno studio sulla social brand identity di **Mesauda Milano** e ha offerto al brand soluzioni creative per la revisione della visual identity, del tone of voice e del posizionamento del brand sui social e per la realizzazione

di progetti speciali nel corso dell'anno. "Siamo felici di poter collaborare con un brand made in Italy come Mesauda Milano e lieti che ci abbia voluto al suo fianco come partner di fiducia in questo periodo importante di cambiamento. Stiamo costruendo un team di specialisti

che seguono il settore lifestyle e moda con grande interesse, pronti a cogliere stimoli creativi e novità di settore per tradurli in contenuti creativi ed editoriali di valore per il pubblico, con una particolare attenzione all'amplificazione del messaggio di brand ed alla creazione di

contenuti dall'alto potenziale a livello di engagement in modo da rendere la marca sempre più rilevante per le persone per trasformare branding e engagement in un'unica esperienza omnicanale", dichiara **Enrico Torlaschi**, managing director di E3.



AWARD

Iscrizioni Aperte Scadenza 27 marzo 2018

AWARD

Per offrirti un'esperienza di navigazione ottimizzata e in linea con le tue preferenze, Tvn Media Group - Tvn S.r.l. e i suoi partner utilizzano cookies, anche di terze parti. Chiudendo questo banner acconsenti al loro impiego in conformita' alla nostra Cookie Policy. **Maggiori Informazioni** [Ok](#)



CHI SIAMO CONTATTI ABBONAMENTI



[Il Today](#)

[Il Mensile](#)

[Multimedia](#)

[News Alert](#)

cerca in Pubblicitaitalia.it

CREATIVITY | MARKETING | MEDIA | DIGITAL | PITCH | WORLD | PEOPLE | DATACENTER | GUEST ROOM

/incarichi

MESAUDA SCEGLIE E3 PER LA CONTENT STRATEGY E IL SOCIAL MEDIA MANAGEMENT

13 MARZO 2018



ENRICO TORLASCHI

Mesauda Milano, brand beauty made in Italy specializzato nella produzione di prodotti professionali per il make-up, si è affidato a **E3**, agenzia di comunicazione integrata del **Gruppo DigiTouch** (società quotata sul mercato AIM Italia e specializzata nel Mar-Tech), per la comunicazione del brand sui social media e per l'estensione della comunicazione anche al pubblico consumer, lavorando su attività mirate all'incremento della brand awareness.

Al fianco del cliente da novembre dello scorso anno per la copertura strategico-editoriale dei profili Facebook e Instagram, E3 sta accompagnando il brand nella ridefinizione della strategia di comunicazione con l'obiettivo di estendere il presidio del brand al target consumer.

“Da 10 anni punto di riferimento di make-up artist e professionisti del settore, abbiamo deciso di aprirci anche ai consumatori finali. Riconoscendo il ruolo cruciale svolto dai social media per amplificare la conoscenza di un brand sul largo pubblico e avendo l'esigenza di essere affiancati da un partner dalla forte expertise in ambito beauty & lifestyle, abbiamo deciso di appoggiarci a un'agenzia specializzata e, nel panorama di specialisti in Italia, abbiamo scelto E3, avendone apprezzato l'approccio strategico-creativo ai social media e la particolare attenzione all'elaborazione e alla distribuzione dei contenuti sui contenuti”, commenta **Amit Buaron**, ceo di Mesauda Milano.

A tal fine E3 ha realizzato uno studio sulla social brand identity di Mesauda Milano e ha offerto al brand soluzioni creative per la revisione della visual identity, del tone of voice e del posizionamento del brand sui social e per la realizzazione di progetti speciali nel corso dell'anno.

“Siamo felici di poter collaborare con un brand made in Italy come Mesauda Milano e lieti che ci abbia voluto al suo fianco come partner di fiducia in questo periodo importante di cambiamento. Stiamo costruendo un team di specialisti che seguono il settore lifestyle e moda con grande interesse, pronti a cogliere stimoli creativi e novità di settore per tradurli in contenuti creativi ed editoriali di valore per il pubblico, con una particolare attenzione all'amplificazione del messaggio di brand ed alla creazione di contenuti dall'alto potenziale a livello di engagement in modo da rendere la marca sempre più rilevante per le persone per



trasformare branding e engagement in un'unica esperienza omnicanale", dichiara **Enrico Torlaschi**, managing director di E3.

Condividi   Mi piace 0   Share   

TAGS

E3, Gruppo DigiTouch, Enrico Torlaschi, Mesauda Milano

ARTICOLI CORRELATI

- *Yes I Am si aggiudica la gara Open Fiber*
- *Vileda e Gimi scelgono DigiTouch Agency per l'advertising su Amazon AMS*
- *San Valentino: Morellato punta a 3 milioni di utenti in target con Google e DigiTouch*

Commenti: 0

Ordina per  Novità



Aggiungi un commento...

 Plug-in Commenti di Facebook

Latest news | *digital*

13.03.2018

DIGITAL / incarichi

Mesauda sceglie E3 per la content strategy e il social media management

13.03.2018

DIGITAL / video advertising

Indiana Production firma il corto 'Solo 24 Ore' per Pfizer

13.03.2018

DIGITAL / aziende

Ciaopeople amplia la divisione Branded Content: arriva Marcello Roncallo

13.03.2018

DIGITAL / video advertising

Aprilia presenta il team con un video

[Home](#) | [In evidenza](#) | [DIGITOUCH – Nuovo contratto nel settore della moda](#)

ARTICOLI RECENTI

SARAS – Mediobanca conferma Outperform

DIGITOUCH – Nuovo contratto nel settore della moda

FIERA MILANO – Banca Akros conferma il giudizio positivo dopo la trimestrale

Mercati finanziari poco mossi in attesa dell'inflazione Usa. Sale Tokyo, scende Hong Kong

CATTOLICA ASSICURAZIONI – L'a.d. apre il cda a Buffett



DIGITOUCH – NUOVO CONTRATTO NEL SETTORE DELLA MODA



0

13 MARZO 2018

BY REDAZIONE WEBSIM ACTION IN IN EVIDENZA, SMALL CAP

TAGS DIGITOUCH, SMALL CAP

DigiTouch, il gruppo milanese specializzato nella marketing technology, ha comunicato la stipula di un accordo con Mesauda Milano, società specializzata nella produzione e commercializzazione di prodotti professionali per il make-up.

La partnership prevede la gestione, da parte di Gruppo DigiTouch, delle attività di comunicazione di Mesauda, soprattutto quelle sui social media, con l'obiettivo di ottenere un sensibile aumento della conoscibilità, popolarità e notorietà del brand.

DigiTouch ha già avviato un'analisi riguardante la brand identity di Mesnada Milano, ed ha offerto anche importanti soluzioni per il miglioramento dell'immagine complessiva del marchio.

Per realizzare questo progetto, DigiTouch sta predisponendo un team di specialisti esperti in lifestyle e moda, che sarà in grado di captare le novità più importanti del settore per poi trasformarle in appositi contenuti creativi e di comunicazione. Un altro importante obiettivo è quello di collegare i vari canali promozionali del brand, in modo da creare un'unica rete di comunicazione integrata e sinergica.

Ricordiamo, inoltre, pochi giorni fa la società ha ampliato la collaborazione con Banca Farmafactoring. La partnership riguarda le attività di Digital Marketing del 2018 relative a Conto Facto, il deposito online di Banca Farmafactoring che costituisce il miglior investimento per chi vuole migliorare la propria liquidità.

www.websim.itwww.websimaction.it