

**Borsa Italiana**REGISTRATI | ACCEDI | 

Cerca Titolo, ISIN, altro...



Azioni

ETF

ETC e ETN

Fondi

Derivati

CW e Certificati

Obbligazioni

Notizie e Finanza

Borsa Italiana

Focus Small Cap

[Home page](#) | [I protagonisti](#) | [Strumenti](#) | [Indici](#) | [Notizie dalle agenzie](#)

I PROTAGONISTI

DIGITOUCH, LA CONSULENZA DIGITALE PUNTA ANCHE SUL RETAIL

13 Mar 2018 - 09:15

L'ad Paolo Mardegan racconta la vendita di **Audiens** e i progetti per il futuro

“La cessione di **Audiens** a un gruppo internazionale come **Bango** ci riempie di orgoglio: non solo per l'apporto importante in termini di risorse o per la partnership commerciale a tre anni che creiamo con una società che lavora con giganti come Windows, Google, Amazon o Samsung, ma soprattutto perché è la storia di una tecnologia tutta italiana creata da un'azienda italiana che si fa notare nel mondo”. **Paolo Mardegan**, amministratore delegato e azionista di **DigiTouch**, società dell'AIM Italia che fornisce servizi di consulenza pubblicitaria online e un'ampia gamma di strumenti che permettono alle imprese di sfruttare al meglio le opportunità del web, è fiero della vendita al gruppo britannico Bango di **Audiens**, piattaforma tecnologica di profilazione degli utenti online. Per il suo 66,8% di **Audiens DigiTouch** ha ricevuto un milione di euro circa in contanti, più 354.030 azioni di Bango e 500.985 warrant che renderanno l'azienda italiana anche un piccolo azionista (ai valori attuali tra lo 0,51 e l'1,21% circa in caso di esercizio dei warrant*) della società britannica.

Si tratta di un'altra importante novità dopo l'annuncio del piano industriale al 2020 lo scorso novembre, ma la vostra storia viene da lontano come siete nati? Come siete divenuti ciò che siete oggi?

“**DigiTouch** è nata circa dieci anni fa dall'idea di un manager storico di Buongiorno Vitaminic, Gianni Matera, che è riuscito ad aggregare colleghi ed esperti del settore in un progetto che oggi continua a crescere. Io sono entrato nell'azionariato nel 2009, l'idea mi piacque e seguii l'invito di Matera. A distanza di tempo mantengo l'impressione che Buongiorno Vitaminic (quotata su Borsa Italiana dal 2000 al 2012) sia stata una grande palestra del web italiano”.

Cosa successe dopo?

“Ci concentrammo sull'**advertising digitale** che stava cominciando a crescere, nel 2014 entrò nel Gruppo Marko Maras come socio e responsabile del progetto **Audiens** (una mia intuizione che Marko ha contribuito a sviluppare). Nell'agosto 2014 comprammo il 51% di **Performedia**, proprio per consolidare il segmento della pubblicità digitale, nel quale vogliamo diventare protagonisti. Avviammo così il processo per la quotazione sull'AIM Italia, con l'intenzione di reperire nuove risorse per la crescita”.

E' stato complesso imparare il linguaggio dei mercati?

“Sì, molto. Eravamo e forse siamo piccoli per queste strutture e questi modelli di organizzazione, ma alla lunga il metodo paga e questo ci ha consolidato”.

Cosa avete fatto con i circa 13 milioni di euro tra azioni e convertibili reperiti?

“Ci siamo quotati nel marzo del 2015 e a luglio abbiamo comprato **E3** che ci ha rafforzato sui social network. A quel punto ci mancava solo la SEO (*search engine optimization* è l'ottimizzazione dei siti finalizzata a ottenere un migliore posizionamento sui motori di ricerca Ndr) e così nel giugno 2016 abbiamo comprato **Optimized Group**”.

Il vostro piano industriale di novembre è ambizioso...

“Sì e la cessione di Audiens non modificherà i nostri obiettivi: puntiamo a un raddoppio del fatturato dai 27-28 milioni attesi a fine 2017 a 52-53 milioni di euro nel 2020 con un aumento dell'Ebitda da 4,3-4,5 milioni ad almeno 8 milioni di euro. Ci poniamo come uno dei protagonisti del consolidamento di questo mercato dinamico e sfidante. Puntiamo molto sul retail, perché crediamo che molte imprese possano sfruttare al meglio, grazie al nostro supporto, le opportunità della digitalizzazione del mercato”.

Il prezzo di collocamento del 2015 era di 2,3 euro, ma il titolo oggi (anche dopo i rialzi seguiti alla cessione di Audiens) non raggiunge gli 1,7 euro: pensate che i multipli attuali siano ingenerosi?

“Assolutamente sì, ma puntiamo su una crescita concreta del nostro business e siamo convinti che alla fine il mercato ci valorizzerà correttamente. Con quest'ultima operazione miglioriamo ulteriormente i nostri ratio patrimoniali e prevediamo a fine 2020 una posizione finanziaria netta positiva per almeno 6 milioni di euro. Prima della cessione di Audiens al 30 giugno 2017 avevamo una PFN negativa per 1,67 milioni di euro e un patrimonio di 13,37 milioni di euro, quindi avevamo già le risorse per crescere e ora possiamo guardare alle nuove opportunità internazionali”.

**nota della redazione*