



■ DIRETTORE RESPONSABILE **GIANNI QUARLERI** ■ IN REDAZIONE **GIACOMO BROGGI** - **DAVIDE SECHI** - **ANTONELLA ROCCA** - **FRANCESCO LATTANZIO** - **SEBASTIANO ZERI** ■ PROGETTO GRAFICO **RUBBERDUCK** - IMPAGINAZIONE - **NADIA MORONI** ■ PUBBLICITÀ EDIFORUM SRL - UFFICIO TRAFFICO **MONICA MINUTTI** - TRAFFICO@NEWSMULTIMEDIA.IT ■ DIRETTORE COMMERCIALE **EREMIA MANCINI** ■ CONCESSIONARIA DELLA PUBBLICITÀ PER LE INIZIATIVE SPECIALI **EMOTIONAL PUBBLICITÀ SRL** - VIA F. MELZI D'ERIL 29 - MILANO
AUTORE: M. N. 965 DEL 20/09/02 DIFFUSIONE DIGITALE - NEWS MULTIMEDIA SRL VIA GUSTAVO PARÀ 25 20124 MILANO TEL. 02/5358411 FAX 02/5358421 PUBLISHER: GIANNI QUARLERI REDAZIONE: REDAZIONE@DAILYNET.IT AMMINISTRAZIONE: AMMINISTRAZIONE@DAILYNET.IT CNA/CONFESSIONI: CNA/CONFESSIONI@DAILYNET.IT - R.O.C. N°18866 - ISSN 2049-9159

Gruppo DigiTouch celebra dieci anni da one stop shop

L'INTERVISTA AL CEO PAOLO MARDEGAN, CHE SOTTOLINEA LA VOLONTÀ DI INCREMENTARE LE SINERGIE COMMERCIALI TRA LE DIVERSE SIGLE **3**



PAOLO MARDEGAN, FONDATORE E CEO DI GRUPPO DIGITOUCH

Audiweb A gennaio quasi 31 mln gli italiani collegati sui canali web

LA MAGGIOR PARTE DEGLI ACCESSI AVVIENE TRAMITE MOBILE. SU BASE GIORNALIERA NAVIGANO CIRCA 23 MILIONI DI PERSONE; SEARCH SEMPRE AL TOP TRA LE VARIE CATEGORIE

16



Mercato

Rubicon Project, nuovo ceo e focus sul lato offerta. Cresce la tecnologia header bidding, ma i ricavi calano



FRANK ADDANTE

26

DailyNet BEAUTY

6 Adv Al via su Zooppa il contest "Jeep Wave". È aperto fino al 27 aprile

20 Ricerche Sale il valore dell'ad fraud: a quota 16,4 miliardi di dollari nel 2017



DIECITOUCH PARTY

QUESTA SERA, ORE 22:00



radioitalia.it

Aziende Gruppo DigiTouch festeggia oggi 10 anni da 'one stop shop' digitale

di GIACOMO BROGGI

Dieci anni. Li festeggia questa sera presso l'Apollo Club Gruppo DigiTouch, tra le principali realtà indipendenti nel segmento della comunicazione italiana. Un anniversario importante, raggiunto grazie alla voglia di innovare che ha portato il Gruppo a fatturare oltre 13,5 milioni di euro solo nel primo semestre del 2016, con EBITDA al 13,6%. E Paolo Mardegan, fondatore e CEO di DigiTouch, non ha nascosto la sua soddisfazione parlando a DailyNet: «Poter celebrare questo traguardo è una cosa bellissima: l'obiettivo è essere ancora più avanti quando ci saranno i vent'anni, ma, intanto, ci godiamo questo momento».

PROTAGONISTI DELLA COMUNICAZIONE DIGITALE

Grazie alla quotazione in Borsa avvenuta a marzo

La realtà guidata da Paolo Mardegan vuole aumentare ulteriormente le sinergie commerciali tra le diverse sigle



del 2015, fatto sicuramente non comune per una società tricolore, Gruppo DigiTouch ha dato una forte accelerata al proprio percorso di crescita. «Oggi siamo una realtà composta da circa 120 persone, abbiamo due sedi a Milano e Roma, e siamo operativi attraverso diverse sigle», dichiara Mardegan. All'interno del Gruppo confluiscono, infatti, più strutture: la storica DigiTouch Agency, Performedia, E3, Optimized Group, il portale Mutuiperlacasa.com, la DMP Audiens, e il trading desk DAPcenter. Si tratta di una suite di servi-

zi che spazia dalla creatività alla performance fino a capacità seo e programmatic. «Ciascuna delle diverse realtà agisce in autonomia. Nei prossimi mesi ci impegneremo per aumentare le sinergie, quantomeno sul piano commerciale, per consentire ai clienti di conoscere in modo chiaro le sigle del Gruppo e la loro specializzazione», precisa Mardegan.

L'ANIMA DI DIGITOUCH

A dieci anni dalla nascita, l'obiettivo di DigiTouch è dunque quello di porsi come «one stop shop», grazie all'insieme di pro-

dotti che è in grado di offrire alle aziende. «Continuiamo a investire per innovare, con buona parte degli utili veicolati in Ricerca e Sviluppo allo scopo di anticipare le richieste provenienti dal mercato», prosegue Mardegan. L'idea di DigiTouch, ha spiegato al nostro giornale, è continuare a evolvere per essere il più grande gruppo indipendente italiano, con una forte connotazione tecnologica e capabilities avanzate in campo dati. «Non ci definiamo un centro media, perché ci occupiamo sì anche di attività di planning, ma queste rappre-

sentano solo una parte del nostro business. Offriamo diversi servizi di marketing e comunicazione a supporto delle vendite perché vogliamo essere più olistici», ha continuato, facendo riferimento agli sforzi compiuti in ambito di analisi delle campagne.

LE NOVITÀ IN CANTIERE

Proprio il tema dell'analisi è centrale nei piani futuri del Gruppo. «Stiamo lavorando a una nuova dashboard per supportare i clienti nel monitoraggio delle campagne. E siamo impegnati nello sviluppo continuo di Audiens come DMP. In generale, lavoriamo sul tema dell'innovazione a 360 gradi», ha anticipato Mardegan. E per l'anno il CEO si dice fiducioso: «Sono abbastanza ottimista e convinto che il nostro impianto strategico sia coerente con le richieste del mercato», ha concluso.

HAI LETTO LE NOTIZIE, ORA DAI UNO SGUARDO ALLO SCENARIO

Collega i punti su

360