

# RASSEGNA STAMPA

## Gruppo DigiTouch: andamento positivo Q1 2015

13/05/2015 **DailyNet**

Agenzie Nel primo trimestre crescono i clienti di DigiTouch: entrano Qatar Airways, Adecco e Aeroporti di Roma

13/05/2015 **Pubblicita Today**

Gruppo DigiTouch: 1° trimestre a +35% del volume di digital impression

12/05/2015 **finanza.repubblica.it**

DigiTouch chiude un primo trimestre positivo per la pubblicità

12/05/2015 **www.milanofinanza.it**

DigiTouch, raggiunti 255 clienti

12/05/2015 **www.milanofinanza.it\_DowJones**

COMMENTO AIM: indice debole, bene DigiTouch

12/05/2015 **www.milanofinanza.it\_DowJones**

DigiTouch: raggiunge 255 clienti, anche Adr e Qatar Airways

12/05/2015 **finanza.lastampa.it**

DigiTouch (+3,2%) positiva con dati T1

12/05/2015 **finanza.lastampa.it**

DigiTouch: nel 1° trimestre clienti in crescita

12/05/2015 **www.teleborsa.it**

DigiTouch chiude un primo trimestre positivo per la pubblicità

12/05/2015 **advexpress.it**

Gruppo DigiTouch: nel 1° trim. 15 nuovi clienti come Qatar Airways, Adecco e Aeroporti di Roma e +35% dei volumi di digital impressions

12/05/2015 **economia.ilmessaggero.it**

DigiTouch chiude un primo trimestre positivo per la pubblicità

12/05/2015 **www.soldionline.it**

DigiTouch, qualche indicazione sul primo trimestre 2015

12/05/2015 **www.trend-online.com**

DigiTouch (+3,2%) positiva con dati T1

12/05/2015 **finanza.tgcom24.mediaset.it**

COMMENTO AIM: indice debole, bene DigiTouch

12/05/2015 **www.mediakey.tv**

Gruppo DigiTouch: Q1 positivo segnato da un aumento del numero dei clienti e da una crescita del 35% del volume di digital impression erogate rispetto al Q1 2014, associata ad un incremento del pricing medio di circa il 15%

12/05/2015 **borse.quifinanza.it**

DigiTouch chiude un primo trimestre positivo per la pubblicità

12/05/2015 **engage.it**

DigiTouch: Q1 positivo grazie all'aumento dei clienti e a un +35% di impression erogate

## Agenzie Nel primo trimestre crescono i clienti di Digitouch : entrano Qatar Airways, Adecco e Aeroporti di Roma

Nel periodo in esame il gruppo presieduto da Simone Ranucci ha registrato una crescita del 35% (rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente a parità di perimetro) nei volumi di digital impressions erogate e di circa il 15% nel pricing medio per singola digital impression erogata

anche nel primo trimestre dell'anno gruppo **digitouch** continua a crescere sia in termini di business sia di volumi di impressions erogate. nel periodo in esame il gruppo ha registrato una crescita del 35% (rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente a parità di perimetro) nei volumi di digital impressions erogate e di circa il 15% nel pricing medio per singola digital impression erogata. "si tratta di una crescita significativa e che rispecchia l'aumento del valore in media delle campagne sia di mobile advertising che di performance advertising, gestite dal gruppo", ha affermato simone ranucci brandimarte, presidente del gruppo **digitouch**. ARRIVANO 15 NuOVI cLIENTI, tRA cul cOME QAtAR AIRWAYs, ADEccO E AEROpORTI DI ROMA secondo i dati annunciati nel primo trimestre 2015, il Gruppo ha raggiunto quota 255 clienti, acquisendone 15 nuovi di dimensioni medio grandi, come qatar airways, adecco e aeroporti di roma. si tratta, quindi, di clienti rilevanti in termini di budget investito nel digital advertising e afferenti a diversi settori merceologici. inoltre, l'acquisizione di theblogtv ha contribuito alla crescita del portfolio clienti del Gruppo, portando brand come nestlè purina, con il quale è attiva una relazione storica consolidata da diversi anni, e brand la cui collaborazione è iniziata più di recente, quali arena e storytalia. "la nostra offerta si caratterizza per l'elevata specificità tecnologica, che porta il nostro Gruppo a distinguersi come ad-tech agency e ad avere la leadership nel mercato del mobile profiling e advertising in italia e in europa", ha concluso ranucci brandimarte.

Foto: simone ranucci brandimarte

ACQUISITI 15 NUOVI CLIENTI COME QATAR AIRWAYS, ADECCO E AEROPORTI DI ROMA

## **GRUPPO DIGITOUCH : 1° TRIMESTRE A +35% DEL VOLUME DI DIGITAL IMPRESSION**

Gruppo **digitouch** nel primo trimestre registra un aumento del numero dei clienti e una crescita del 35% del volume di digital impression erogate rispetto al Q1 2014, associata a un incremento del pricing medio di circa il 15%. In linea con l'andamento del mercato del digital advertising a livello internazionale, che segna a livello mondiale una crescita degli investimenti (2014 vs. 2013) del 122% circa nel mobile advertising e del 52% nel programmatic advertising, anche la performance del Gruppo **DigiTouch** continua a crescere sia in termini di biz dev che di volumi di impressions erogate. "Si tratta di una crescita significativa e che rispecchia l'aumento del valore in media delle campagne sia di mobile advertising che di performance advertising, gestite dal Gruppo", afferma Simone ranucci Brandimarte, Presidente del Gruppo **DigiTouch**. Secondo i dati annunciati nel primo trimestre 2015, il Gruppo ha raggiunto quota 255 clienti, acquisendone 15 nuovi di dimensioni medio grandi, come Qatar Airways, Adecco e Aeroporti di Roma. Si tratta, quindi, di clienti rilevanti in termini di budget investito nel digital advertising e afferenti a diversi settori merceologici. Inoltre, l'acquisizione di TheBlogTv ha contribuito alla crescita del portfolio clienti del Gruppo, portando brand come Nestlè Purina, con il quale è attiva una relazione storica consolidata da diversi anni, e brand la cui collaborazione è iniziata più di recente, quali Arena e Storytalia. "La nostra offerta si caratterizza per l'elevata specificità tecnologica, che porta il nostro Gruppo a distinguersi come ad-tech agency e ad avere la leadership nel mercato del mobile profiling e advertising in Italia e in Europa" conclude Brandimarte. Il Gruppo è sviluppatore e proprietario, tramite la sua controllata **Audiens**, di una piattaforma tecnologica per il mobile profiling, unica sul mercato europeo. A marzo 2015 il Gruppo ha siglato con 3 Italia un accordo di natura tecnologica: attraverso la piattaforma **Audiens** la telco analizza in forma anonima i propri Big Data e li clusterizza, rendendoli disponibili agli investitori pubblicitari per campagne su mobile altamente targettizzate.

## L'INTERVISTA: Digitouch; Ranucci Brandimarte, presto 1\* acquisizione

pagerank: 8

14:06 MILANO (MF-DJ)--"Entro una o due settimane acquisteremo un player conosciuto nel nostro core business, in linea con il piano di investimenti focalizzato a una crescita discontinua", tramite linee esterne. Lo ha anticipato Simone Ranucci Brandimarte, presidente del gruppo Digitouch, interpellato da Mf-Dowjones. Le attività del gruppo si inquadrano nel mercato del digital advertising in particolare nel segmento mobile e in quello performance. Il gruppo conta tre business unit: la concessionaria mobile e new devices DigiMob, l'agenzia media e creativa Performedia, il mobile big data service provider Audiens. Digitouch inoltre ha acquisito a inizio anno TheBlogTv, ramo dell'agenzia di social media marketing. "Siamo riusciti - ha spiegato il top manager - a cavalcare un mercato che cresce e continuerà a crescere. Nel lontano 2007 abbiamo iniziato e facevamo fatica, oggi ci troviamo leader nel mercato. I tassi di crescita hanno iniziato ad accelerare due, tre anni fa; il 2014 è andato bene ma il 2015 andrà anche meglio". Secondo il presidente la vera sfida "è stata la scelta di quasi dieci anni fa. Il business è relativamente semplice e basta restare allineati al mercato che continua a prosperare anche quest'anno: nel mobile advertising si parla di un +50% a/a mentre nel performance based-advertising di un +30% a/a". La società ha realizzato nell'anno passato un incremento dell'utile netto consolidato pro-forma del 33,4% a/a a 1,044 mln euro, chiudendo, per l'appunto, in linea con il mercato. Nel 1° trimestre la società ha raggiunto un incremento del 35% nei volumi di digital impressions - cioè il numero di volte che un messaggio pubblicitario viene pubblicato - e del 15% nel pricing medio. "Si tratta - ha concluso - di indicatori non prettamente finanziari ma dai quali si può estrapolare il volume d'affari del gruppo e la marginalità". Sempre nel 1° trimestre anche il numero di clienti è stato potenziato: Digitouch conta oggi 255 clienti tra cui Qatar Airways, Adecco, Aeroporti di Roma e brand come Arena, Storytalia e Nestlé Purina (quest'ultimo grazie a TheBlogTv). cas.enrico.casadei@mfdowjones.it (fine)  
MF-DJ NEWS 1214:06 mag 2015

## DigiTouch chiude un primo trimestre positivo per la pubblicit

pagerank: 7

(Teleborsa) - Il gruppo DigiTouch chiude un primo trimestre positivo, segnato da un aumento del numero dei clienti e da una crescita del 35% del volume di digital impression erogate.

"Si tratta di una crescita significativa e che rispecchia l'aumento del valore in media delle campagne sia di mobile advertising che di performance advertising, gestite dal Gruppo", afferma il Presidente Simone Ranucci Brandimarte.

Secondo i dati annunciati nel primo trimestre 2015, il Gruppo ha raggiunto quota 255 clienti, acquisendone 15 nuovi di dimensioni medio grandi, come Qatar Airways, Adecco e Aeroporti di Roma.

## Digitouch, raggiunti 255 clienti

pagerank: 7

Nei primi tre mesi dell'anno Digitouch ha raggiunto quota 255 clienti, acquisendone 15 nuovi di dimensioni medio grandi, come Qatar Airways, Adecco e Aeroporti di Roma. Il gruppo, inoltre, ha registrato una crescita del 35% (rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente a parità di perimetro) nei volumi di digital impressions erogate, cioè il numero di volte che un messaggio pubblicitario viene pubblicato, e di circa il 15% nel pricing medio per singola digital impression erogata.

Sembra proseguire, quindi, il positivo trend emerso già nei numeri 2014, approvati lo scorso 30 aprile dall'assemblea degli azionisti. Digitouch, infatti, lo scorso anno ha registrato un utile netto consolidato pro-forma di 1,044 mln euro, in miglioramento del 33,4% rispetto al dato dell'esercizio precedente. In crescita anche i ricavi operativi pro-forma, a 15,07 milioni (+8,7%), l'ebitda pro-forma, a 2,92 milioni (+21,5%), e l'utile ante imposte pari a 2,29 milioni (+19,3%).

Il mercato, comunque, resta in attesa di novità anche sul fronte M&A. Interpellato da Mf-Dowjones in occasione dell'Aim Investor day dello scorso 15 aprile, il presidente, Simone Ranucci Brandimarte, aveva sottolineato come l'azienda punti "ad accelerare la crescita tramite acquisizioni. Abbiamo già individuato due/tre target di riferimento. Siamo abbastanza bravi e veloci nel fare queste operazioni. Già nelle prossime settimane annunceremo qualcosa", spiegò il top manager.

## L'INTERVISTA: Digitouch; Ranucci Brandimarte, presto 1\* acquisizione

pagerank: 7

MILANO (MF-DJ)--"Entro una o due settimane acquireremo un player conosciuto nel nostro core business, in linea con il piano di investimenti focalizzato a una crescita discontinua", tramite linee esterne.

Lo ha anticipato Simone Ranucci Brandimarte, presidente del gruppo Digitouch , interpellato da Mf-DowJones. Le attività del gruppo si inquadrano nel mercato del digital advertising in particolare nel segmento mobile e in quello performance. Il gruppo conta tre business unit: la concessionaria mobile e new devices DigiMob, l'agenzia media e creativa Performedia, il mobile big data service provider Audiens. Digitouch inoltre ha acquisito a inizio anno TheBlogTv, ramo dell'agenzia di social media marketing.

"Siamo riusciti - ha spiegato il top manager - a cavalcare un mercato che cresce e continuerà a crescere. Nel lontano 2007 abbiamo iniziato e facevamo fatica, oggi ci troviamo leader nel mercato. I tassi di crescita hanno iniziato ad accelerare due, tre anni fa; il 2014 è andato bene ma il 2015 andrà anche meglio".

Secondo il presidente la vera sfida "è stata la scelta di quasi dieci anni fa. Il business è relativamente semplice e basta restare allineati al mercato che continua a prosperare anche quest'anno: nel mobile advertising si parla di un +50% a/a mentre nel performance based-advertising di un +30% a/a". La società ha realizzato nell'anno passato un incremento dell'utile netto consolidato pro-forma del 33,4% a/a a 1,044 mln euro, chiudendo, per l'appunto, in linea con il mercato.

Nel 1\* trimestre la società ha raggiunto un incremento del 35% nei volumi di digital impressions - cioè il numero di volte che un messaggio pubblicitario viene pubblicato - e del 15% nel pricing medio. "Si tratta - ha concluso - di indicatori non prettamente finanziari ma dai quali si può estrapolare il volume d'affari del gruppo e la marginalità".

Sempre nel 1\* trimestre anche il numero di clienti è stato potenziato: Digitouch conta oggi 255 clienti tra cui Qatar Airways, Adecco, Aeroporti di Roma e brand come Arena , Storytalia e Nestlé Purina (quest'ultimo grazie a TheBlogTv).

cas

enrico.casadei@mfdowjones.it

(fine)

MF-DJ NEWS



## COMMENTO AIM: indice debole, bene Digitouch

pagerank: 7

MILANO (MF-DJ)--L'Aim Italia perde lo 0,3% a 10696 punti.

In evidenza Giorgio Fedon (in asta di volatilità con un progresso teorico di oltre il 14%). La società, come sottolineato ieri dal presidente e Ceo Callisto Fedon (interpellato da MF-DowJones dopo la pubblicazione dei conti trimestrali) punta ad aprire, tra Europa e Cina, 60 negozi in 4-5 anni.

Bene anche Digital Magics (+4,37%) in scia al lancio di "Solo": startup che offre il servizio di Pos virtuale per ricevere pagamenti con carte di credito e di debito da qualsiasi dispositivo - pc, smartphone o tablet - condividendo un semplice link, senza nessuna registrazione da parte del cliente o applicazione da scaricare e hardware da utilizzare.

Aquisti, infine, su Digitouch (+2,59%). Nel primo trimestre l'azienda ha raggiunto quota 255 clienti, acquisendone 15 nuovi di dimensioni medio grandi, come Qatar Airways, Adecco e Aeroporti di Roma.

Vendite invece su Microspore (-4,45%) e su Innovatec (-8,31%).

fus

(fine)

MF-DJ NEWS

## **Digitouch: raggiunge 255 clienti, anche Adr e Qatar Airways**

pagerank: 7

MILANO (MF-DJ)--Nel primo trimestre Digitouch ha raggiunto quota 255 clienti, acquisendone 15 nuovi di dimensioni medio grandi, come Qatar Airways, Adecco e Aeroporti di Roma.

Inoltre, spiega una nota, il gruppo ha registrato una crescita del 35% (rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente a parita' di perimetro) nei volumi di digital impressions erogate - cioè il numero di volte che un messaggio pubblicitario viene pubblicato - e di circa il 15% nel pricing medio per singola digital impression erogata.

"Si tratta di una crescita significativa e che rispecchia l'aumento del valore in media delle campagne sia di mobile advertising che di performance advertising, gestite dal Gruppo", afferma Simone Ranucci Brandimarte, presidente Digitouch . "La nostra offerta si caratterizza per l'elevata specificita' tecnologica, che porta il nostro Gruppo a distinguersi come ad-tech agency e ad avere la leadership nel mercato del mobile profiling e advertising in Italia e in Europa".

com/cas

(fine)

MF-DJ NEWS

## **DigiTouch (+3,2%) positiva con dati T1**

pagerank: 6

Ottima performance per DigiTouch: il primo trimestre 2015 ha visto salire il numero dei clienti a quota 255, con l'acquisizione di 15 nuovi di dimensioni medio grandi, come Qatar Airways, Adecco e Aeroporti di Roma. Cresce del 35% il volume di digital impression erogate rispetto al Q1 2014, associata ad un incremento del pricing medio di circa il 15%.

(Simone Ferradini)

## DigiTouch: nel 1° trimestre clienti in crescita

pagerank: 6

Gruppo DigiTouch: Q1 positivo segnato da un aumento del numero dei clienti e da una crescita del 35% del volume di digital impression erogate rispetto al Q1 2014, associata ad un incremento del pricing medio di circa il 15%.

MILANO 12 maggio 2015 - In linea con l'andamento del mercato del digital advertising a livello internazionale, che registra a livello mondiale una crescita degli investimenti (2014 vs. 2013) del 122% circa nel mobile advertising e del 52% nel programmatic advertising, anche la performance del Gruppo DigiTouch continua a crescere sia in termini di biz dev che di volumi di impressions erogate. La crescita di DigiTouch e del mercato è proseguita nel corso del primo trimestre 2015, periodo nel quale il Gruppo ha registrato una crescita del 35% (rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente a parità di perimetro) nei volumi di digital impressions erogate e di circa il 15% nel pricing medio per singola digital impression erogata.

«Si tratta di una crescita significativa e che rispecchia l'aumento del valore in media delle campagne sia di mobile advertising che di performance advertising, gestite dal Gruppo» afferma Simone Ranucci Brandimarte, Presidente del Gruppo DigiTouch.

Secondo i dati annunciati nel primo trimestre 2015, il Gruppo ha raggiunto quota 255 clienti, acquisendone 15 nuovi di dimensioni medio grandi, come Qatar Airways, Adecco e Aeroporti di Roma. Si tratta, quindi, di clienti rilevanti in termini di budget investito nel digital advertising e afferenti a diversi settori merceologici. Inoltre, l'acquisizione di TheBlogTv ha contribuito alla crescita del portfolio clienti del Gruppo, portando brand come Nestlè Purina, con il quale è attiva una relazione storica consolidata da diversi anni, e brand la cui collaborazione è iniziata più di recente, quali Arena e Storytalia.

«La nostra offerta si caratterizza per l'elevata specificità tecnologica, che porta il nostro Gruppo a distinguersi come ad-tech agency e ad avere la leadership nel mercato del mobile profiling e advertising in Italia e in Europa» conclude Simone Ranucci Brandimarte, Presidente del Gruppo.

Il Gruppo è sviluppatore e proprietario, tramite la sua controllata Audiens, di una piattaforma tecnologica per il mobile profiling, unica sul mercato europeo. A marzo 2015 il Gruppo ha siglato con 3 Italia un accordo di natura tecnologica: attraverso la piattaforma Audiens la telco analizza in forma anonima i propri Big Data e li clusterizza, rendendoli disponibili agli investitori pubblicitari per campagne su mobile altamente targettizzate.

(SF)

## **DigiTouch chiude un primo trimestre positivo per la pubblicità**

pagerank: 6

(Teleborsa) - Il gruppo DigiTouch chiude un primo trimestre positivo, segnato da un aumento del numero dei clienti e da una crescita del 35% del volume di digital impression erogate.

"Si tratta di una crescita significativa e che rispecchia l'aumento del valore in media delle campagne sia di mobile advertising che di performance advertising, gestite dal Gruppo", afferma il Presidente Simone Ranucci Brandimarte.

Secondo i dati annunciati nel primo trimestre 2015, il Gruppo ha raggiunto quota 255 clienti, acquisendone 15 nuovi di dimensioni medio grandi, come Qatar Airways, Adecco e Aeroporti di Roma.

## **Gruppo DigiTouch: nel 1 trim. 15 nuovi clienti come Qatar Airways, Adecco e Aeroporti di Roma e +35% dei volumi di digital impressions**

pagerank: 5

In linea con l'andamento del mercato del digital advertising a livello internazionale, che registra a livello mondiale una crescita degli investimenti (2014 vs. 2013) del 122% circa nel mobile advertising e del 52% nel programmatic advertising, anche la performance del Gruppo DigiTouch continua a crescere sia in termini di biz dev che di volumi di impressions erogate.

La crescita di DigiTouch e del mercato è proseguita nel corso del primo trimestre 2015, periodo nel quale il Gruppo ha registrato un incremento del 35% (rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente a parità di perimetro) nei volumi di digital impressions erogate e di circa il 15% nel pricing medio per singola digital impression erogata.

«Si tratta di una crescita significativa e che rispecchia l'aumento del valore in media delle campagne sia di mobile advertising che di performance advertising, gestite dal Gruppo» afferma Simone Ranucci Brandimarte, Presidente del Gruppo DigiTouch.

Secondo i dati annunciati nel primo trimestre 2015, il Gruppo ha raggiunto quota 255 clienti, acquisendone 15 nuovi di dimensioni medio grandi, come Qatar Airways, Adecco e Aeroporti di Roma. Si tratta, quindi, di clienti rilevanti in termini di budget investito nel digital advertising e afferenti a diversi settori merceologici. Inoltre, l'acquisizione di TheBlogTv ha contribuito alla crescita del portfolio clienti del Gruppo, portando brand come Nestlè Purina, con il quale è attiva una relazione storica consolidata da diversi anni, e brand la cui collaborazione è iniziata più di recente, quali Arena e Storytalia.

«La nostra offerta si caratterizza per l'elevata specificità tecnologica, che porta il nostro Gruppo a distinguersi come ad-tech agency e ad avere la leadership nel mercato del mobile profiling e advertising in Italia e in Europa» conclude Simone Ranucci Brandimarte.

Il Gruppo è sviluppatore e proprietario, tramite la sua controllata Audiens, di una piattaforma tecnologica per il mobile profiling, unica sul mercato europeo. A marzo 2015 il Gruppo ha siglato con 3 Italia un accordo di natura tecnologica: attraverso la piattaforma Audiens™ la telco analizza in forma anonima i propri Big Data e li clusterizza, rendendoli disponibili agli investitori pubblicitari per campagne su mobile altamente targettizzate.

## DigiTouch chiude un primo trimestre positivo per la pubblicità

pagerank: 5

(Teleborsa) - Il gruppo DigiTouch chiude un primo trimestre positivo, segnato da un aumento del numero dei clienti e da una crescita del 35% del volume di digital impression erogate.

"Si tratta di una crescita significativa e che rispecchia l'aumento del valore in media delle campagne sia di mobile advertising che di performance advertising, gestite dal Gruppo", afferma il Presidente Simone Ranucci Brandimarte. Secondo i dati annunciati nel primo trimestre 2015, il Gruppo ha raggiunto quota 255 clienti, acquisendone 15 nuovi di dimensioni medio grandi, come Qatar Airways, Adecco e Aeroporti di Roma.

## **DigiTouch, qualche indicazione sul primo trimestre 2015**

pagerank: 5

La crescita di DigiTouch è proseguita nel corso del primo trimestre 2015, periodo nel quale il gruppo ha registrato una crescita del 35% (rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente a parità di perimetro) nei volumi di digital impressions erogate e di circa il 15% nel pricing medio per singola digital impression erogata. Secondo i dati annunciati nel primo trimestre 2015, il gruppo ha raggiunto quota 255 clienti, acquisendone 15 nuovi di dimensioni medio grandi, come Qatar Airways, Adecco e Aeroporti di Roma.



## **DigiTouch (+3,2%) positiva con dati T1**

pagerank: 5

Ottima performance per DigiTouch: il primo trimestre 2015 ha visto salire il numero dei clienti a quota 255, con l'acquisizione di 15 nuovi di dimensioni medio grandi, come Qatar Airways, Adecco e Aeroporti di Roma. Cresce del 35% il volume di digital impression erogate rispetto al Q1 2014, associata ad un incremento del pricing medio di circa il 15%.

(Simone Ferradini)

## COMMENTO AIM: indice debole, bene Digitouch

pagerank: 4

12/05/2015 10.02

MILANO (MF-DJ)--L'Aim Italia perde lo 0,3% a 10696 punti.

In evidenza Giorgio Fedon (in asta di volatilita' con un progresso teorico di oltre il 14%). La societa', come sottolineato ieri dal presidente e Ceo Callisto Fedon (interpellato da MF-Dowjones dopo la pubblicazione dei conti trimestrali) punta ad aprire, tra Europa e Cina, 60 negozi in 4-5 anni.

Bene anche Digital Magics (+4,37%) in scia al lancio di "Solo": startup che offre il servizio di Pos virtuale per ricevere pagamenti con carte di credito e di debito da qualsiasi dispositivo - pc, smartphone o tablet - condividendo un semplice link, senza nessuna registrazione da parte del cliente o applicazione da scaricare e hardware da utilizzare.

Aquisti, infine, su Digitouch (+2,59%). Nel primo trimestre l'azienda ha raggiunto quota 255 clienti, acquisendone 15 nuovi di dimensioni medio grandi, come Qatar Airways, Adecco e Aeroporti di Roma.

Vendite invece su Microspore (-4,45%) e su Innovatec (-8,31%).

fus

(fine)

MF-DJ NEWS

## **Gruppo DigiTouch: Q1 positivo segnato da un aumento del numero dei clienti e da una crescita del 35% del volume di digital impression erogate rispetto al Q1 2014, associata ad un incremento del pricing medio di circa il 15%**

pagerank: 4

In linea con l'andamento del mercato del digital advertising a livello internazionale, che registra a livello mondiale una crescita degli investimenti (2014 vs. 2013) del 122% circa nel mobile advertising e del 52% nel programmatic advertising, anche la performance del Gruppo DigiTouch continua a crescere sia in termini di biz dev che di volumi di impressions erogate. La crescita di DigiTouch e del mercato è proseguita nel corso del primo trimestre 2015, periodo nel quale il Gruppo ha registrato una crescita del 35% (rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente a parità di perimetro) nei volumi di digital impressions erogate e di circa il 15% nel pricing medio per singola digital impression erogata.

«Si tratta di una crescita significativa e che rispecchia l'aumento del valore in media delle campagne sia di mobile advertising che di performance advertising, gestite dal Gruppo» afferma Simone Ranucci Brandimarte, Presidente del Gruppo DigiTouch.

Secondo i dati annunciati nel primo trimestre 2015, il Gruppo ha raggiunto quota 255 clienti, acquisendone 15 nuovi di dimensioni medio grandi, come Qatar Airways, Adecco e Aeroporti di Roma. Si tratta, quindi, di clienti rilevanti in termini di budget investito nel digital advertising e afferenti a diversi settori merceologici. Inoltre, l'acquisizione di TheBlogTv ha contribuito alla crescita del portfolio clienti del Gruppo, portando brand come Nestlè Purina, con il quale è attiva una relazione storica consolidata da diversi anni, e brand la cui collaborazione è iniziata più di recente, quali Arena e Storytalia.

«La nostra offerta si caratterizza per l'elevata specificità tecnologica, che porta il nostro Gruppo a distinguersi come ad-tech agency e ad avere la leadership nel mercato del mobile profiling e advertising in Italia e in Europa» conclude Simone Ranucci Brandimarte, Presidente del Gruppo.

Il Gruppo è sviluppatore e proprietario, tramite la sua controllata Audiens, di una piattaforma tecnologica per il mobile profiling, unica sul mercato europeo. A marzo 2015 il Gruppo ha siglato con 3 Italia un accordo di natura tecnologica: attraverso la piattaforma Audiens la telco analizza in forma anonima i propri Big Data e li clusterizza, rendendoli disponibili agli investitori pubblicitari per campagne su mobile altamente targettizzate.

## TassoAlert le variazioni su iOS e Android

pagerank: 2

TassoAlert è una nuova applicazione per iPhone e iPad sviluppata da Digitouch, che avviserà l'utente alla variazione del tasso sui mutui o i prestiti osservati.

Tasso Alert applicaizoni per iPhone e Android avrmagazine 2 TassoAlert le variazioni su iOS e Android Tasso Alert applicaizoni per iPhone e Android avrmagazine 2

Trattasi di una soluzione molto semplice ed interessante, perfetta per chi ha la necessità di una soluzione i costante aggiornamento per scegliere il mutuo o il prestito ideale e in linea con le nostre esigenze.

Tramite lo strumento di alert avremo infatti la possibilità di attivare degli allarmi che ci avviseranno alla variazione dei tassi, così da usufruire dell'offerta desiderata senza l'utilizzo di piattaforme terze o di siti specializzati, spesso scomodi da utilizzare soprattutto da mobile. Avviata l'applicazione potremo ricercare un mutuo, inserendo i dati ad esso relativi (finalità, durata e importo) trovare un'agenzia in zona, calcolare le rate e attivare nuovi alert, scegliendo lo spread in percentuale, il tipo di tasso e la frequenza di aggiornamento con la quale vorremo essere avvisati.

Tasso Alert applicaizoni per iPhone e Android avrmagazine 1 TassoAlert le variazioni su iOS e Android Tasso Alert applicaizoni per iPhone e Android avrmagazine 1

Nel complesso TassoAlert è un'ottima soluzione, abbastanza curata nelle grafiche ed ottima negli strumenti, considerando la possibilità di ricevere informazioni sui singoli mutui o prestiti osservati e di ricercare l'agenzia più vicina in relazione all'offerta scelta.

## DigiTouch chiude un primo trimestre positivo per la pubblicità

Il gruppo DigiTouch chiude un primo trimestre positivo, segnato da un aumento del numero dei clienti e da una crescita del 35% del volume di digital impression erogate.

Pubblicato il 12/05/15 in Finanza | Fonte: Teleborsa

(Teleborsa) - Il gruppo DigiTouch chiude un primo trimestre positivo, segnato da un aumento del numero dei clienti e da una crescita del 35% del volume di digital impression erogate.

"Si tratta di una crescita significativa e che rispecchia l'aumento del valore in media delle campagne sia di mobile advertising che di performance advertising, gestite dal Gruppo", afferma il Presidente Simone Ranucci Brandimarte.

Secondo i dati annunciati nel primo trimestre 2015, il Gruppo ha raggiunto quota 255 clienti, acquisendone 15 nuovi di dimensioni medio grandi, come Qatar Airways, Adecco e Aeroporti di Roma.

## DigiTouch: Q1 positivo grazie all'aumento dei clienti e a un +35% di impression erogate

Sono 15 i nuovi clienti che nel primo trimestre il Gruppo ha aggiunto al proprio portafoglio tra cui Qatar Airways, Adecco e Aeroporti di Roma. Simone Ranucci Brandimarte: «Crescita significativa, che rispecchia l'aumento del valore delle campagne gestite»

Simone-Ranucci\_Brandimarte-Digitouch Simone Ranucci Brandimarte

di Teresa Nappi

12 maggio 2015

In linea con l'andamento del mercato del digital advertising a livello internazionale, che registra a livello mondiale una crescita degli investimenti (2014 vs. 2013) del 122% circa nel mobile advertising (Fonte dati: VentureBeat) e del 52% nel programmatic advertising (Fonte dati: Magna Global), anche la performance del Gruppo DigiTouch continua a crescere sia in termini di sviluppo del business che di volumi di impressions erogate.

La crescita di DigiTouch e del mercato è proseguita nel corso del primo trimestre 2015, periodo nel quale il Gruppo ha registrato una crescita del 35% (rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente a parità di perimetro) nei volumi di digital impressions erogate e di circa il 15% nel pricing medio per singola digital impression erogata.

Secondo i dati annunciati nel primo trimestre 2015, il Gruppo ha raggiunto quota 255 clienti, acquisendone 15 nuovi di dimensioni medio grandi, come Qatar Airways, Adecco e Aeroporti di Roma. Si tratta, quindi, di clienti rilevanti in termini di budget investito nel digital advertising e afferenti a diversi settori merceologici. «Si tratta di una crescita significativa e che rispecchia l'aumento del valore in media delle campagne, sia di mobile advertising che di performance advertising, gestite dal Gruppo» afferma Simone Ranucci Brandimarte, presidente del Gruppo DigiTouch.

Inoltre, l'acquisizione di TheBlogTv ha contribuito alla crescita del portfolio clienti del Gruppo, portando brand come Nestlé Purina, con il quale è attiva una relazione storica consolidata da diversi anni, e brand la cui collaborazione è iniziata più di recente, quali Arena e Storytalia.

«La nostra offerta si caratterizza per l'elevata specificità tecnologica, che porta il nostro Gruppo a distinguersi come ad-tech agency e ad avere la leadership nel mercato del mobile profiling e advertising in Italia e in Europa» conclude Simone Ranucci Brandimarte.

Il Gruppo è sviluppatore e proprietario, tramite la sua controllata Audiens, di una piattaforma tecnologica per il mobile profiling, unica sul mercato europeo. A marzo 2015 il Gruppo ha siglato con 3 Italia un accordo di natura tecnologica: attraverso la piattaforma Audiens la telco analizza in forma anonima i propri Big Data e li clusterizza, rendendoli disponibili agli investitori pubblicitari per campagne su mobile altamente targettizzate.