

COMUNICATO STAMPA

Gruppo DigiTouch punta su data-driven advertising per tv connesse, digital radio e affissioni digitali

È un mercato giovane in Italia, ma che negli States già vale 2,5 miliardi di dollari con una crescita stimata del 32% per il 2020

MILANO 8 ottobre 2019 - Nell'ambito della rivoluzione digitale che ha raggiunto anche il settore dei media tradizionali, il Gruppo DigiTouch, *PMI innovativa quotata su AIM Italia e posizionata sul mercato come Full Digital Platform Company*, è tra le prime realtà italiane a proporre una soluzione di data-driven advertising pensata per approcciare le tv connesse, le digital radio e le affissioni digitali secondo le dinamiche di acquisto, pianificazione, targeting e misurazione proprie dei media digitali.

Questa soluzione si inserisce nel mercato dell'internet advertising che ad oggi in Italia vale circa 3 miliardi di euro, rappresentando il 36% del mercato pubblicitario complessivo. Formati come il digital audio, il digital out of home (DOOH) e l'addressable tv, che fino a poco tempo fa erano disponibili solo sui media tradizionali offline, oggi, grazie all'evoluzione tecnologica, sono entrati nella pianificazione media digitale. Secondo le stime dell'Osservatorio Internet Media del Politecnico di Milano in Italia gli investimenti dell'addressable tv raddoppieranno entro fine anno, passando dagli 8 milioni del 2018 a 15 milioni di euro nel 2019. Negli States questa evoluzione è già molto avanti, registrando investimenti pari a 2,5 miliardi di dollari entro fine anno e stimando una crescita del 32% nel 2020 quando raggiungerà quota 3,3 miliardi di dollari¹. Gruppo DigiTouch si aspetta in Italia un trend di crescita simile nel periodo 2020-2024.

L'affermarsi di questa innovazione è agevolato dalla diffusione crescente di media tradizionali connessi. In Italia sono sempre più gli utenti che utilizzano Spotify e altri ambienti di ascolto personalizzati, le case produttrici di tv includono la connessione a internet in tutti i nuovi prodotti e nei centri città, inoltre nelle grandi stazioni e negli aeroporti le affissioni cartacee sono state integrate in misura sempre maggiore dalle affissioni digitali.

Questo contesto offre un terreno fertile alla soluzione proposta dal Gruppo DigiTouch, che si sta muovendo in anticipo rispetto ad altri player di mercato italiani per accompagnare clienti e prospect nell'adozione di questa innovazione e permettergli di coglierne le potenzialità e i vantaggi. Lo sviluppo del mercato addressable rientra completamente nell'ambito delle strategie del Gruppo DigiTouch che intende affermarsi su tutti i canali e formati innovativi compresi voice, wearable e IoT (Internet of Things).

La soluzione data-driven advertising per media tradizionali connessi consente infatti alle aziende di avere una visibilità su questi media a fronte di una soglia di ingresso più accessibile in termini di costi e di dinamiche più

¹ <https://www.adweek.com/tv-video/addressable-tv-ad-spending-should-hit-3-3-billion-next-year/>

elastiche, nonché di poter beneficiare dell'innovazione nelle possibilità di targeting e nell'erogazione delle campagne. Innanzitutto, viene utilizzata la stessa piattaforma di pianificazione dell'advertising online e questa centralizzazione permette una misurazione della reach in real-time; inoltre il target può essere affinato utilizzando dati di prima e terza parte o in base al parametro della geolocalizzazione; infine viene data la possibilità di misurare le campagne in modo più puntuale e di definire dei nuovi Key Performance Indicator per i media tradizionali.

«Siamo orgogliosi di essere tra i primi in Italia a proporre questa innovazione, che, come dimostrano i dati di mercato, ha un grande potenziale, visto il bacino in forte crescita dei media tradizionali connessi. Nel corso dell'anno abbiamo curato con successo diverse campagne di data-driven advertising sui media tradizionali digitali per alcuni clienti dei settori e-commerce, finance e retail e abbiamo colto l'interesse verso questa soluzione anche da parte di alcuni brand del settore pharma. Il fatto di essere in contatto con i principali abilitatori di questi nuovi canali e l'aver come Gruppo ben 12 anni di expertise nell'ambito del digital marketing e della digital transformation ci pone come partner ideale per tutte le aziende che vogliono cogliere questa opportunità. L'innovazione ha così potenziato anche i media tradizionali, agevolando l'accesso anche a realtà che, per particolarità del business o gestione del budget, non avevano considerato sino ad oggi di presidiare questi canali. Si pensi a chi ha un business geolocalizzato o a chi ha necessità di misurare l'investimento in termini di reach su target mirato», dichiara Annarita Olivieri, Managing Director di Performedia, società del 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

PRESS RELEASE

The DigiTouch Group turns its attention to data-driven advertising for connected TV, digital radio and digital billboards

The market is just getting off the ground in Italy but is already worth 2.5 billion dollars in the US, with an expected growth rate of 32% by 2020

MILAN, 8 October 2019 - As part of a digital revolution that has started to make waves in the traditional media sector, the DigiTouch Group – an Innovative SME listed on the AIM Italia market and positioned as a Full Digital Platform Company – is to be one of the first Italian companies to launch data-driven advertising solutions for connected TVs, digital radios and digital billboards in line with digital media purchasing, planning, targeting and monitoring trends.

The Group is to offer new solutions for the internet advertising sector, which is currently worth around three billion euros in Italy and represents 36% of the overall advertising market. Formats such as digital audio, digital out of home (DOOH) and addressable TV – which were only available on traditional offline media until recently – are entering the digital media campaign world thanks to a technological revolution. According to estimates by Milan Polytechnic's Internet Media Observatory, investments in addressable TV are expected to double by the end of the year, jumping from 8 million euros in 2018 to 15 million euros in 2019. In the United States, this revolution is already well underway, with investments predicted to reach 2.5 billion dollars by the end of the year and an expected growth rate of 32% by 2020, which is equal to around 3.3 billion dollars.² The DigiTouch Group expects to see similar progress in Italy between 2020 and 2024.

These new initiatives are facilitated by the growth of traditional connected media. In Italy, an increasing number of users are starting to engage with Spotify and other personalised listening environments. TV manufacturers have begun to include Wi-Fi compatibility in new products, while train stations, airports and city centres have started to make use of digital billboards.

The current situation represents fertile ground for the DigiTouch Group, which aims to pip other key Italian market players to the post by introducing new initiatives and making the most of their potential. The DigiTouch Group's strategy also involves developing the addressable market and exploring other innovative channels and formats, such as voice activation, wearable tech and the IoT (Internet of Things).

Data-driven advertising solutions for connected traditional media allow companies to generate brand visibility at a reduced cost. The market also offers more flexible dynamics, as well as innovation in terms of how users can be targeted, and how campaigns can be structured. One of the key benefits of this particular approach is the use of the same platform that is employed for online advertising planning, a factor that allows companies to both centralise and consequently measure the reach of their advertisements in real-time. What's more, targets can be adjusted using first and third-party data, or geolocation parameters. And finally,

² <https://www.adweek.com/tv-video/addressable-tv-ad-spending-should-hit-3-3-billion-next-year/>

brands can also measure campaign performance more precisely and define new key performance indicators for traditional media.

"We are proud to be one of the first Italian companies to offer this initiative, which, as market data shows, has great potential, given the rapidly growing pool of traditional connected media. Over the course of this year, we have successfully managed various data-driven advertising campaigns on traditional digital media for customers in the eCommerce, finance and retail sectors, with a few brands in the pharma sector also taking an interest. We're in close contact with the key facilitators of these new channels and have 12 years of expertise in digital marketing and transformation under our belt, which means that we're the ideal partner for companies looking to harness this opportunity. Innovation has also strengthened traditional media, allowing companies that would otherwise not have considered these channels due to various business or budget management factors to tap into the market. We're talking about individuals with geolocalised businesses or people who need to measure investment in terms of targeted reach," says Annarita Olivieri, Managing Director of Performedia, a DigiTouch Group company.

The **DigiTouch Group** is a **Full Digital Platform Company** listed on the AIM Italia market. Founded in 2007, the Group now includes a number of companies (DigiTouch Agency, Performedia, E3, Optimized Group, Purple Ocean, Meware, Auto&Plus.com e MutuiPerLaCasa.com). Thanks to its comprehensive solutions, which consist of products and services related to **digital marketing, technology, data, eCommerce and content**, the Group is able to support well-rounded companies in the implementation of **digital transformation projects**. The Group was founded and is managed by pioneers of the European web and mobile markets who have had a key input in well-known, successful initiatives such as Buongiorno, OneBip and Neo Network. The Group has offices in Milan (headquarters) and Rome. For more information, please visit: www.gruppodigitouch.it

Ticker: DGT, ISIN code for DIGITOUCH ordinary shares: IT0005089476, ISIN code for DIGITOUCH convertible securities 2015/2020: IT0005089864

Contacts LISTED COMPANY

DigiTouch S.p.A.

Viale Vittorio Veneto 22 - 20124 Milan

E-mail: investor.relator@digitouch.it

Phone: +39 02 89295100

Veronica Maccani, *Communication and Marketing Manager*,

veronica.maccani@gruppodigitouch.it

NOMAD

EnVent Capital Markets Ltd.

42 Berkeley Square - London W1J 5AW

Italian Branch, via Barberini 95 - 00187 Rome

Phone: +39 06 89684111

SPECIALIST

Banca Akros SpA

Gruppo Banco BPM

Viale Eginardo, 29 - 20149 Milan

Phone: +39 02 77115.1