



## COMUNICATO STAMPA

# Peroni Nastro Azzurro Club riceve la Menzione Speciale della Giuria ai Touchpoint Engagement Awards

**Il programma sviluppato da Birra Peroni con Kettydo, DGS company, è stato riconosciuto nella categoria Programmi Loyalty e Concorsi**

**Milano, 2 luglio 2026**

Peroni Nastro Azzurro Club, il programma di engagement e loyalty di Peroni Nastro Azzurro, sviluppato da Birra Peroni insieme a Kettydo, DGS company, ha ricevuto **la Menzione Speciale della Giuria ai Touchpoint Engagement Awards**, nella categoria Programmi Loyalty e Concorsi.

Il riconoscimento valorizza un progetto nato per rafforzare la **relazione tra brand e consumatori**, superando la logica della singola iniziativa promozionale e costruendo un ecosistema continuativo di partecipazione, ingaggio e fidelizzazione.

Peroni Nastro Azzurro Club rappresenta infatti un modello di relazione evoluta tra marca e persone: un ambiente digitale pensato per attivare la community, stimolare la partecipazione, raccogliere insight utili e generare valore lungo tutto il customer journey.

Il progetto si inserisce in una visione più ampia della **loyalty**, intesa non solo come meccanismo premiale, ma come sistema dinamico di relazione continuativa, capace di integrare contenuti, esperienze, dati, meccaniche di engagement e momenti di interazione rilevanti. Un approccio coerente con la visione di DGS, che attraverso le proprie competenze specialistiche accompagna le aziende nella **costruzione di ecosistemi digitali evoluti**, capaci di connettere strategia, tecnologia, dati e relazione con il cliente finale.

In questo percorso, Kettydo, società del Gruppo DGS specializzata in engagement, loyalty e customer intelligence, ha affiancato Birra Peroni nella progettazione e nell'evoluzione del Club, mettendo a disposizione competenze di engagement strategy, loyalty design, experience design, customer intelligence e marketing technology. L'obiettivo è stato costruire una **piattaforma capace di connettere iniziative, contenuti e meccaniche di ingaggio** in un sistema coerente, misurabile e orientato al valore.

“Questo riconoscimento conferma il valore di un approccio alla loyalty che non si limita alla premialità, ma lavora sulla qualità della relazione tra brand e persone”, dichiara **Simone Tagliacozzo**, Head of Integrated Communication di Birra Peroni. “Peroni Nastro Azzurro Club nasce con l'ambizione di creare un legame più diretto, partecipativo e continuativo con la nostra community, trasformando ogni interazione in un'occasione di valore.”

“Per noi è un risultato particolarmente significativo”, commenta **Federico Rocco**, Head of Data Marketing – Customer Engagement & Loyalty di DGS e Partner di Kettydo, a DGS company. “Con Peroni Nastro Azzurro Club abbiamo lavorato per costruire un ecosistema di engagement capace di unire strategia, creatività, tecnologia e dato. La Menzione Speciale della Giuria riconosce non solo la qualità del progetto, ma anche la direzione strategica: evolvere la loyalty da programma a piattaforma relazionale.”



Il riconoscimento si inserisce nel **percorso di crescita di DGS** come gruppo in grado di integrare competenze tecnologiche, consulenziali e verticali per supportare la trasformazione digitale delle imprese. All'interno di questo ecosistema, Kettydo contribuisce con un presidio specialistico sui sistemi di engagement e loyalty, operando end-to-end su tre aree integrate: **User Experience, Consumer Engagement e Customer Loyalty**.

Attraverso questa combinazione di competenze, DGS e Kettydo accompagnano i brand nella progettazione di esperienze personalizzate, nell'attivazione di relazioni continuative e nella generazione di risultati misurabili, trasformando dati, tecnologia e interazioni in valore concreto per le aziende e per le persone.

La premiazione si è svolta il 2 luglio 2026 presso il **Teatro Fabbrica di Lampadine di Milano**.

#### **About Kettydo, DGS company**

Kettydo, DGS company, è specializzata nella progettazione di ecosistemi di engagement, loyalty e customer intelligence evoluti, orientati alla creazione di relazioni continuative, rilevanti e data-driven tra brand e persone. Come società del Gruppo DGS, integra competenze di experience design, engagement strategy, loyalty systems, customer intelligence, marketing technology e personalization, contribuendo alla realizzazione di soluzioni digitali capaci di aiutare le aziende a evolvere da logiche transazionali a modelli relazionali continui.