

Aziende **Dynamitick** evolve e si presenta al mercato con un nuovo naming e corporate identity: nasce **Premoneo**

Il progetto è stato curato da Gruppo WISE, le attività di comunicazione sono state affidate a Barabino & Partners

Dynamitick, prima società ad aver diffuso nel mondo del ticketing in Italia il Dynamic Pricing, ha annunciato che, a partire da oggi, opererà con il nuovo marchio Premoneo. La startup milanese, fondata nel 2016 e partecipata da investitori quali L'venture, Boost Heroes e Wylab, forte dei risultati ottenuti dai suoi clienti nel ticketing e nel travel, che hanno registrato un incremento medio della redditività del 12%, è stata protagonista, nel corso degli anni, di un percorso di crescita, diventando provider di dynamic pricing per oltre 50 clienti, impattando, con il suo pricing, decine di milioni di euro di prodotti ogni anno e vantando una crescita annua media del 28%. Da questo patrimonio nasce il processo di rebranding con l'obiettivo di accompagnare la società nell'evoluzione del proprio business, concretizzatosi in un ampliamento del proprio raggio di azione grazie a un nuovo software di intelligenza artificiale che permette ad aziende di diversi mercati di digitalizzare le attività di pricing, forecasting e segmen-

tazione. Il nuovo brand, Premoneo, richiama, nel suo prefisso, le capacità predittive della tecnologia, e nella radice latina "monèo", concetti chiave delle modalità di affiancamento ai clienti: previsione, avviso, consiglio. L'assonanza con il termine inglese "money", infine, ricorda l'obiettivo principale della società: quello di sostenere la crescita della redditività dei propri clienti. Gruppo WISE ha interamente curato l'ideazione del nuovo nome, del payoff, del logo, del brand e della nuova immagine. Il pittogramma sintetizza nella P iniziale l'iconografia tipica dei grafici degli andamenti e delle oscillazioni dei prezzi. Nei colori istituzionali c'è un forte richiamo all'ambito tecnologico e digitale, mentre le sfumature all'interno evocano la dinamicità e l'evoluzione sia dell'azienda, sia dei mercati seguiti. Il logo porta con sé il payoff "Thinking Beyond Pricing", attraverso il quale Premoneo si accosta all'intelligenza artificiale con il verbo "Think", così evocativo in ambito IT, e dichiara l'intento di guardare oltre la definizione del giusto prezzo, supportando le



aziende nella gestione di attività come forecasting e segmentazione, affini ma oltre i confini del pricing. Barabino & Partners ha ricevuto l'incarico di Advisor per le attività di comunicazione a supporto di Premoneo. L'intervento

di Barabino & Partners si propone di creare un flusso costante di comunicazione, offrendo informazioni relative alla nuova realtà e mettendo a disposizione approfondimenti, analisi e ricerche inerenti le aree di competenza.

