



L'Oréal Italia rinnova la propria fiducia in Navla, brand del Gruppo Datrix, confermando la collaborazione triennale per la guida delle attività di Search e Digital Intelligence

Una partnership che si evolve verso un ecosistema integrato di Search Intelligence e Digital Intelligence, con focus su AI generativa, LLM e GEO per guidare la competitività digitale del Gruppo.

Milan, 8 Aprile 2026

L'Oréal Italia sceglie di evolvere insieme a **Navla** il **modello di Search e Digital Intelligence** per i prossimi tre anni. La decisione consolida un rapporto cresciuto nel tempo, iniziato nel **2019**, che ha permesso al Gruppo di strutturare un modello di lavoro maturo, capace di integrare competenze tecniche, analisi dei dati e un approccio strategico orientato all'innovazione. Navla è parte del Gruppo **Datrix, società a capo del primo ecosistema internazionale di aziende software verticali di Intelligenza Artificiale.**

Oggi **la partnership entra in una fase successiva**, con una visione che supera il perimetro tradizionale della Search per abbracciare tutte le forme di ricerca e consultazione digitale.

Negli ultimi anni il comportamento delle persone online si è trasformato profondamente. Le decisioni non nascono più da un'unica piattaforma, ma da **un percorso fatto di scoperta, valutazione e confronto che avviene tra motori di ricerca, contenuti video, recensioni, social network e risposte generate dall'intelligenza artificiale.** In questo contesto, la ricerca diventa un ecosistema complesso in cui la visibilità si costruisce attraverso la capacità di presidiare non solo le *query*, ma anche le conversazioni, le sintesi e le narrazioni prodotte dagli algoritmi.

Il nuovo mandato affida a Navla il **compito di accompagnare L'Oréal Italia nella lettura di questo scenario**, interpretando i segnali del mercato e supportando il posizionamento dei brand in un ambiente di ricerca sempre più distribuito, multimodale e guidato dalla generative AI. Parallelamente, viene rinnovato anche il lavoro nell'ambito della Digital Intelligence, che negli ultimi anni ha permesso di migliorare la qualità del dato, consolidare le infrastrutture di tracking e trasformare le informazioni raccolte in insight utili alle decisioni di marketing e di business.

La collaborazione degli ultimi anni ha permesso di armonizzare strategie, processi e priorità tra le diverse divisioni del Gruppo, facilitando la costruzione di metodologie comuni e l'utilizzo di strumenti condivisi. **Grazie a un lavoro continuo sulla governance, sulla qualità del dato e sulla capacità di convertire insight in azioni**, L'Oréal Italia ha sviluppato una visione del search come leva strategica e non solo operativa.

Il rinnovo della collaborazione con Navla conferma questa direzione e introduce un focus ancora più forte sull'integrazione tra contenuti, tecnologia e dati, con un approccio che comprende l'ottimizzazione per i motori generativi, la valutazione delle risposte prodotte dagli LLM, la coerenza semantica tra i diversi touchpoint e la capacità di essere presenti nei **luoghi digitali in cui prendono vita le decisioni.**

“Rinnovare la fiducia in Navla significa scegliere un partner capace di evolvere insieme a noi. Affrontiamo l'integrazione degli LLM e il passaggio alla GEO con la certezza che, unendo innovazione tecnologica e centralità del consumatore, sapremo trasformare queste complessità inedite in opportunità di crescita, continuando a offrire risposte autentiche e valore reale”. **Elisabetta Debole, CDO Italy, L’Oreal**

“Dal 2019 accompagniamo L’Oréal Italia in un percorso che considera la ricerca come un elemento centrale per la visibilità e la rilevanza dei brand. Oggi la sfida è ancora più stimolante: interpretare un ecosistema in cui le persone trovano informazioni attraverso molteplici modalità e in cui gli algoritmi generativi diventano sempre più influenti. Siamo orgogliosi del rinnovo della fiducia e pronti a sostenere questa nuova fase, unendo dati, tecnologia e competenze umane per costruire risposte solide, autorevoli e utili per i consumatori”. **Natalia Palmisano, Managing Director, Navla**

Navla

Navla nasce come naturale evoluzione di oltre dieci anni di innovazione maturata da Bytek, società del Gruppo Datrix, con l'obiettivo di aiutare le aziende a valorizzare appieno i propri asset informativi, semplificando la complessità con visione strategica, precisione, rapidità e impatto. Dalla strutturazione dei dati grezzi fino alla loro attivazione nei processi di marketing e comunicazione, la missione di Navla è chiara: semplificare, innovare e creare fiducia nelle decisioni data-driven

Datrix Group

*Datrix (<https://www.datrixgroup.com/it/>) Datrix è un Gruppo quotato su Euronext Growth Milan a capo del primo ecosistema internazionale di aziende software verticali di Intelligenza Artificiale. Il Gruppo è attivo in 2 aree di business: **AI for Data Monetization** (per massimizzare le opportunità di crescita nei settori Martech, AdTech e FinTech trasformando i dati in valore tangibile) e **AI for Industrial & Business Processes** (per ottimizzare l'efficienza di processi industriali e aziendali in settori chiave come, ad esempio, energia, manifattura, finanza, logistica e trasporti). Fanno oggi parte del Gruppo Datrix i brand: **Adapex, Aramix, ByTek e Navla**. Datrix è inoltre **partner tecnologico di oltre 20 università e centri di ricerca** internazionali per importanti progetti di Ricerca & Sviluppo (finanziati dall'Unione Europea e dall'Italia) basati su algoritmi di Artificial Intelligence in ambito **LifeScience/Salute, Social Well Being, Cybersecurity**. Datrix con Headquarter in Italia, opera in Europa, negli Stati Uniti e negli Emirati Arabi Uniti. Maggiori info su www.datrixgroup.com*

L’Oréal Italia

Con un fatturato mondiale pari a 43,48 miliardi di euro nel 2024, L’Oréal è il primo gruppo cosmetico mondiale grazie alla sua presenza in 150 paesi con 90.000 collaboratori e 37 marchi internazionali. In Italia L’Oréal vanta una presenza storica: il nostro paese, dove il Gruppo è attivo dal 1908, è stato nel tempo il primo mercato estero di esportazione per i prodotti del Gruppo. L’Oréal Italia, con circa 2.000 collaboratori, è leader nel mercato cosmetico nazionale ed è presente in tutti i canali della distribuzione, dai saloni di acconciatura alle profumerie, dalle farmacie alla grande distribuzione, con una offerta di marchi leader in molti segmenti del mercato, come la cura e il trucco del viso, l'igiene, la cura e la colorazione dei capelli, i profumi. La società è organizzata in 4 Divisioni per coprire tutti i mercati della cosmetica, ognuna leader nel circuito distributivo in cui opera.

CONTATTI

Navla:

Marketing & Communication: Sara Stefanovic sara.stefanovic@navla.ai

Datrix:

Investor Relations: Giuseppe Venezia, tel. +39 0276281064 - ir@datrixgroup.com

Investor Relations Consultant: Chiara Cardelli (KT&Partners) - ir@datrixgroup.com

Euronext Growth Advisor: Alantra / Stefano Bellavita, tel. +39 0263671601 - stefano.bellavita@alantra.com

Marketing & Communication: Pierluigi Vacca (CMO Datrix) - pierluigi@datrixgroup.com

Press Office: Dario Ferrante, mob. 3891328130 - dario@miserveunufficiostampa.com