



Navla, business line del Gruppo Datrix, supporta Volkswagen per rafforzare la rilevanza digitale del Brand nel nuovo ecosistema della ricerca online.

Milano, 6 maggio 2026 – Datrix S.p.A. (“Datrix” o la “Società”), società quotata su **Euronext Growth Milan** (codice ISIN IT00054683), a capo del primo ecosistema internazionale di aziende software verticali di Intelligenza Artificiale, annuncia che **Navla**, linea di business del Gruppo, ha stretto un accordo con **Volkswagen** per supportare il Brand nello sviluppo di una strategia finalizzata a rafforzarne la **rilevanza all’interno del nuovo ecosistema della ricerca digitale**.

La collaborazione nasce in un contesto in cui le modalità con cui gli utenti scoprono e valutano informazioni stanno cambiando profondamente. La ricerca non avviene più esclusivamente attraverso i motori tradizionali, ma si distribuisce tra piattaforme social, contenuti video, ambienti di recensione e sistemi basati su **intelligenza artificiale generativa**. In questo scenario, la capacità di un brand di **essere rilevante nei diversi contesti informativi** diventa un fattore determinante per essere individuato, compreso e scelto dagli utenti.

Il progetto prevede lo sviluppo di un approccio **data-driven** alla presenza digitale del brand, finalizzato a rafforzarne la visibilità e la coerenza informativa lungo i diversi touchpoint del percorso di ricerca. In questo contesto, Navla applicherà metodologie e tecnologie avanzate di **Dynamic Search Intelligence**, che permettono di analizzare e interpretare le evoluzioni dei comportamenti di ricerca degli utenti e dei diversi ambienti digitali in cui queste avvengono. L’obiettivo è rendere i contenuti e le informazioni del brand sempre più **coerenti, accessibili e autorevoli** nei nuovi contesti di discovery digitale.

*“Essere scelti da un brand di prestigio come Volkswagen rappresenta per noi motivo di grande orgoglio”, commenta **Natalia Palmisano, Managing Director di Navla**. “In un contesto in cui il percorso di scoperta dei prodotti è sempre più influenzato dall’intelligenza artificiale e dalla frammentazione delle piattaforme digitali, presidiare i momenti chiave della ricerca e della valutazione da parte dei consumatori diventa un elemento strategico per i brand”.*

Fabrizio Milano d’Aragona, CEO di Datrix, ha aggiunto: *“Questa collaborazione conferma come la capacità di interpretare e valorizzare i dati sia diventata un fattore chiave per la competitività delle aziende. L’evoluzione delle modalità di ricerca e discovery, sempre più influenzate dall’intelligenza artificiale, richiede un approccio integrato e data-driven alla presenza digitale dei brand. Attraverso le competenze delle nostre società specializzate, Datrix supporta le aziende nel trasformare questa trasformazione tecnologica in un’opportunità concreta di crescita e creazione di valore”.*

Datrix Group

Datrix (<https://www.datrixgroup.com/it/>) 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 due 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 energia, manifattura, finanza, logistica e trasporti).

Fanno oggi parte del Gruppo Datrrix i brand Adapex, Aramix, ByTek e Navla. Datrrix è inoltre partner tecnologico di oltre 20 università e centri di ricerca internazionali per importanti progetti di Ricerca & Sviluppo basati su algoritmi di Artificial Intelligence in ambito Life Science, Social Well Being e Cybersecurity. Con headquarter in Italia, Datrrix opera in Europa, negli Stati Uniti e negli Emirati Arabi Uniti.

Navla

Navla (<https://navla.ai>) nasce come naturale evoluzione di oltre dieci anni di innovazione maturata da ByteK, società del Gruppo Datrrix, 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.

Volkswagen

Il Brand Volkswagen ha una presenza globale e produce veicoli in 28 stabilimenti di 12 paesi. Nel 2025, Volkswagen ha consegnato circa 4,7 milioni di auto. Tra queste ci sono bestseller come Polo, T-Roc, T-Cross, Golf, Tiguan e Passat, oltre ai modelli completamente elettrici di successo della famiglia ID. L'anno scorso ha consegnato circa 382.000 veicoli elettrici a Clienti in tutto il mondo. Attualmente circa 170.000 persone lavorano in Volkswagen in tutto il mondo. Con la sua strategia BOOST 2030, l'azienda sta costantemente portando avanti il suo sviluppo per diventare il marchio più desiderabile per la mobilità sostenibile.

CONTATTI

Navla:

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

Datrrix:

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

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

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

Marketing & Communication: Pierluigi Vacca (CMO Datrrix) - pierluigi@datrrixgroup.com

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