

## Comunicato stampa

### PROMOTICA: L'ASSEMBLEA APPROVA IL BILANCIO 2019 E LA TRASFORMAZIONE IN S.P.A.

#### FATTURATO PARI A OLTRE 37 MILIONI DI EURO E MARGINALITA' IN CRESCITA A DOPPIA CIFRA

**Desenzano del Garda (BS), 14 luglio 2020 – Promotica S.p.A.** - agenzia loyalty specializzata nella realizzazione di soluzioni marketing atte ad aumentare le vendite, la fidelizzazione e la brand advocacy – comunica di aver chiuso il bilancio di esercizio al 31 dicembre 2019, con ricavi delle vendite e delle prestazioni pari a € 37,0 milioni e un **utile** pari a €2,2 milioni.

I **ricavi** delle vendite e delle prestazioni pari a € 37,0 mln, evidenziano un CAGR 2017-2019 del 19,4%, e una lieve flessione nel corso del 2019 dovuta ad un cambiamento del mix delle campagne offerte che ha portato al consolidamento del portafoglio clienti.

L'**EBITDA** risulta pari a € 3,9 milioni, con un aumento del 33,0% rispetto ai € 2,9 milioni del 2018 e un raddoppio rispetto ai € 1,9 milioni del 2017. Una dinamica accompagnata da un notevole miglioramento della marginalità, l'**EBITDA Margin** passa infatti dal 7,4% del 2017 al 10,3% del 2019, per effetto di maggiore efficienza dei costi per servizi e dei costi del personale.

La **Posizione Finanziaria Netta (PFN)** per il periodo considerato è pari €7,3 milioni.

Complessivamente, il 2019 si è confermato un anno positivo per Promotica, che ha consolidato la sua posizione di leadership nel settore GDO e ha continuato la sua crescita anche nei settori residuali farmaceutico ed industriale. La Società ha poi accelerato il processo di espansione verso l'estero, in particolare nell'area balcanica e nel mercato asiatico, tramite due agenti di rappresentanza a Belgrado ed Hong Kong. Nel corso dell'anno è inoltre stata avviata una partnership in Nord Europa, che dovrebbe concretizzarsi in opportunità commerciali nel 2020. Un ulteriore importante risultato è legato all'efficientamento della gestione delle scorte, con ricadute positive sui costi logistici, che sono risultati significativamente contenuti rispetto agli esercizi precedenti.

**Diego Toscani, Amministratore Delegato di Promotica**, ha così commentato: *“Siamo indubbiamente soddisfatti dell'andamento del 2019, che ha visto in particolare una marginalità elevata, frutto del notevole sforzo commerciale esercitato dalla struttura aziendale sul mercato di riferimento, sia in termini di sviluppo di nuovi prodotti e nuovi servizi a maggiore valore aggiunto sia di contenimento dei costi d'esercizio. I clienti apprezzano la nostra professionalità e la qualità dei nostri servizi, ed i numeri lo confermano: nel 2019 abbiamo realizzato ben 325 campagne per 66 clienti, nazionali ed internazionali. Vogliamo ora potenziare questi livelli di performance, qualificandoci come Full Service Loyalty Provider ideale, un percorso che compiremo anche grazie alle competenze di analisi e consulenza rese disponibili dalla recente acquisizione di Kiki Lab - Ebeltoft Italy S.r.l. Vorrei infine ringraziare tutto il team di lavoro che ha contribuito al raggiungimento di questi risultati positivi, impegnandosi quotidianamente e puntando sempre all'eccellenza”.*

## PRINCIPALI FATTI DI RILIEVO DEL PERIODO 2019 E DEI PRIMI MESI DEL 2020

Nel periodo preso in analisi, Promotica ha portato a termine un'operazione strategica che ha consentito di arricchire la società nei servizi destinati alle campagne di Loyalty, acquisendo l'11,38% di **Ceramica Phoenix S.r.l.**, azienda attiva nella produzione di ceramiche per la tavola, 100% Made in Italy.

Da segnalare inoltre l'aggiudicazione del riconoscimento quale "**Miglior catalogo fedeltà 2019**" ottenuto ai Promotion Awards per la realizzazione di "BeAppy", il primo catalogo interamente digitale, a conferma dell'impegno di Promotica in tema di innovazione. Nella stessa occasione dei Promotion Awards 2019 Promotica ha vinto un secondo premio per la campagna promozionale "**La natura ti premia**", concorso la cui finalità era la sensibilizzazione dei clienti finali e dei soci a scelte di consumo ecosostenibili.

I primi mesi del 2020 sono stati caratterizzati da un'importante acquisizione, quella di **Kiki Lab – Ebeltoft Italy S.r.l.**, Società di consolidata esperienza nell'ambito di ricerca, formazione e servizi per il mondo Retail. Un'acquisizione strategica, in quanto consente a Promotica di integrare le competenze di Kiki Lab all'interno del suo perimetro, di accrescere il proprio mercato di riferimento e di agevolarsi del carattere internazionale della Società, essendo Kiki Lab l'unico membro italiano del consorzio mondiale Ebeltoft Group, che raggruppa 18 società di consulenza per il Retail.

In data **26 giugno 2020**, Promotica ha cambiato forma giuridica societaria in S.p.A. da S.r.l.. La trasformazione dell'assetto societario rappresenta per Promotica un importante traguardo, che segue naturalmente la progressiva crescita aziendale degli ultimi anni. Ma è anche un punto di partenza verso un'ulteriore evoluzione del business. Il management e gli azionisti di Promotica, che è oggi una realtà leader nel settore loyalty per la GDO e partner ideale per la realizzazione di campagne loyalty e di marketing *tailor made*, puntano infatti a dotare la società di tutti gli strumenti necessari per competere in maniera ancora più incisiva nei mercati in cui opera e ampliare ulteriormente il suo raggio d'azione a livello internazionale.

\*\*\*

### **About Promotica**

*Promotica è una delle società leader in Italia nel settore loyalty, con lunga esperienza maturata nei settori Retail, Food, farmaceutico e servizi. Fondata nel 2003 da Diego Toscani, la Società vanta 66 clienti attivi nel 2019, con la realizzazione di 325 programmi, mentre nel corso della propria attività ha lavorato con oltre 1.800 clienti.*

*Promotica offre un servizio completo di consulenza per la pianificazione e lo sviluppo promozionale, gestendone ogni fase: progettazione delle operazioni promozionali, realizzazione della campagna di comunicazione, approvvigionamento dei premi, servizi di logistica, monitoraggio dei dati ed infine misurazione dei risultati. Promotica ha chiuso il 2019 con un fatturato di 37 milioni di euro e un utile di 2,2 milioni di euro e in data 26 giugno 2020 ha cambiato forma societaria in SpA. Per ulteriori informazioni: <https://www.promotica.it/>*

Media Contact:

CDR Communication SRL

Angelo Brunello

Email: [angelo.brunello@cdr-communication.it](mailto:angelo.brunello@cdr-communication.it)

Tel. 329 2117752