

Comunicato stampa

PROMOTICA: AVVIATE 17 CAMPAGNE PROMOZIONALI NEL MESE DI GENNAIO 2021 PER IMPORTANTI PLAYER NAZIONALI ED INTERNAZIONALI DELLA GDO

Desenzano del Garda (BS) – 8 febbraio 2021 – Promotica S.p.A. (AIM:PMT) - agenzia loyalty specializzata nella realizzazione di soluzioni marketing atte ad aumentare le vendite, la fidelizzazione e la brand advocacy – comunica di aver avviato 17 campagne di fidelizzazione nel mese di gennaio 2021 per importanti player della GDO nazionali ed internazionali.

Di particolare rilievo è l'operazione realizzata per Tatò Paride, player della GDO che gestisce in esclusiva lo sviluppo in Franchising delle insegne di Coop Alleanza 3.0 in Puglia ed in provincia di Matera, una campagna che rinnova la collaborazione di Promotica con le insegne del gruppo Coop Alleanza 3.0, realtà strategiche della grande distribuzione nazionale (si veda [comunicato](#) diffuso in data 25 gennaio 2021). Un secondo cliente di rilievo è poi Coop Unione Amiatina, per il quale Promotica ha lanciato una short collection.

Particolarmente rilevanti sono poi le due operazioni lanciate sui mercati esteri. La prima è la campagna per SPAR Croazia, player internazionale che opera nel settore della GDO, operazione che sancisce lo sbarco ufficiale di Promotica sul mercato croato, in linea con il percorso di internazionalizzazione avviato nel 2017 (si veda [comunicato](#) diffuso in data 20 gennaio 2021). La seconda è la campagna per Mercator Serbia, insegna di supermercati serba parte di Mercator Group, una catena Retail operante in tutta Europa Centrale e del Sud. Come comunicato in fase di IPO, infatti, lo sviluppo del mercato estero rappresenta un obiettivo strategico per Promotica ed è uno dei principali drivers della crescita futura.

Le 17 campagne realizzate appartengono a diverse tipologie di attività promozionali, a dimostrazione del vasto ambito di specializzazione di Promotica in campo loyalty. In particolare, il mese di gennaio ha visto l'avvio di una raccolta premi a catalogo, di 7 campagne self-liquidating, di 6 operazioni di short collection, di due attività di inserimento prodotti a catalogo ed infine di una campagna di natura mista, che prevede una fase di self-liquidating ed una di short-collection.

Per ogni campagna, Promotica ha gestito tutte le fasi dell'iniziativa, dall'ideazione fino alla gestione operativa della stessa, configurandosi come consulente e partner ideale per il committente, grazie alla sua esperienza pluriennale in campo loyalty nella realizzazione di programmi fedeltà tailor made.

Diego Toscani, Amministratore Delegato di Promotica, ha così commentato: *“Il mese di gennaio ha visto la partenza di ben 17 operazioni promozionali che proseguiranno nei prossimi mesi, ed è stato dunque un periodo assolutamente positivo per il nostro business. Si tratta di campagne rilevanti non solo in termini economici, ma soprattutto perché hanno permesso il rinnovo di partnership con clienti e fornitori strategici, l'entrata in nuovi segmenti di mercato ed in nuovi mercati internazionali, in linea con il nostro piano di sviluppo futuro dopo la recente quotazione in Borsa sul mercato AIM Italia. Dopo questo slancio iniziale, proseguiremo con lo stesso entusiasmo nei prossimi mesi, per i quali abbiamo già in cantiere numerosi progetti di rilievo”*.

About Promotica

Promotica S.p.A. è una delle società leader in Italia nel settore loyalty, quotata dal 27 novembre 2020 sul mercato AIM Italia di Borsa Italiana. La Società ha una 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. Per ulteriori informazioni: <https://www.promotica.it/>

Promotica S.p.A.
Via Generale dalla Chiesa n. 1
25015 Desenzano del Garda (BS)
www.promotica.it

Investor Relations Manager

Patrizia Sambinelli
Email: patrizia.sambinelli@promotica.it
Tel: + 39 030 911 80 221

Investor Relations Advisor

CDR Communication SRL
Vincenza Colucci
Email: vincenza.colucci@cdr-communication.it
Tel. +39 335 69 09 547

Nominated Advisor e Specialist

Integrae Sim S.p.A.
Via Meravigli 13, 20123 Milano
Tel. +39 02 8720 8720

Media Relations

CDR Communication SRL
Angelo Brunello
Email: angelo.brunello@cdr-communication.it
Tel. +39 329 21 17 752
Elena Magni
Email: elena.magni@cdr-communication.it
Tel. +39 345 48 07 885