Testata: affaritaliani.it	Data: 04 febbraio 2021
Frequenza: Online	Pagina: //

https://www.affaritaliani.it/milano/affari_piazza_affari/borsa-sebino-finlogic-relatech-pronti-a-muoversi-su-piazza-affari-720777.html?refresh_ce

Borsa: Sebino, Finlogic, Relatech pronti a muoversi a Piazza Affari

Sebino, Finlogic, Relatech, Promotica e Digital Magics sono i cinque titoli da tenere sotto osservazione secondo Websim

Borsa a Piazza Affari Milano

Di seguito si elencano i cinque titoli lombardi che, secondo Websim, potrebbero muoversi in Borsa.

Sebino, una società attiva nella progettazione, sviluppo, e installazione di sistemi antincendio e security per multinazionali e main contractor, ha comunicato alcuni dati al 31 dicembre 2020, che mostrano un portafoglio ordini in crescita e una posizione finanziaria netta positiva. In dettaglio, il portafoglio ordini complessivo è pari a 20,5 milioni di euro circa, in crescita rispetto al livello registrato alla fine dell'esercizio precedente, pari a circa 19,9 milioni, nonostante il forte rallentamento causato dall'emergenza sanitaria. **Per**

Relatech, Digital Enabler Solution knowledge Company e PMI Innovativa specializzata in Big Data, Blockchain, Machine Learning e Cloud, ha chiuso il 2020 con ricavi dalle vendite proforma pari a 20,4 milioni circa, in crescita del 14% rispetto alla cifra di 17,9 milioni maturata alla fine del 2019. In dettaglio, i ricavi consolidati delle vendite del Gruppo (Relatech, Relatech Consulting, Ithea e OKT) sono pari ad 16,1 milioni circa. I ricavi delle vendite di Mediatech si attestano a 3,4 milioni circa, quelli di Xonne sono pari a 0,9 milioni circa. **Per approfondire clicca qui**

Promotica, agenzia loyalty specializzata nella realizzazione di soluzioni marketing atte ad aumentare le vendite, la fidelizzazione e la brand advocacy, presenta una nuova campagna di fidelizzazione per Italbrix, società del settore GDO di Brescia che comprende oltre 100 punti vendita in Lombardia, entrata di recente in Selex Gruppo Commerciale. Selex è il secondo attore della GDO a livello nazionale, e costituisce un target di assoluto rilievo per Promotica. La campagna è una short collection del valore di oltre 600.000 euro. **Per approfondire clicca qui**

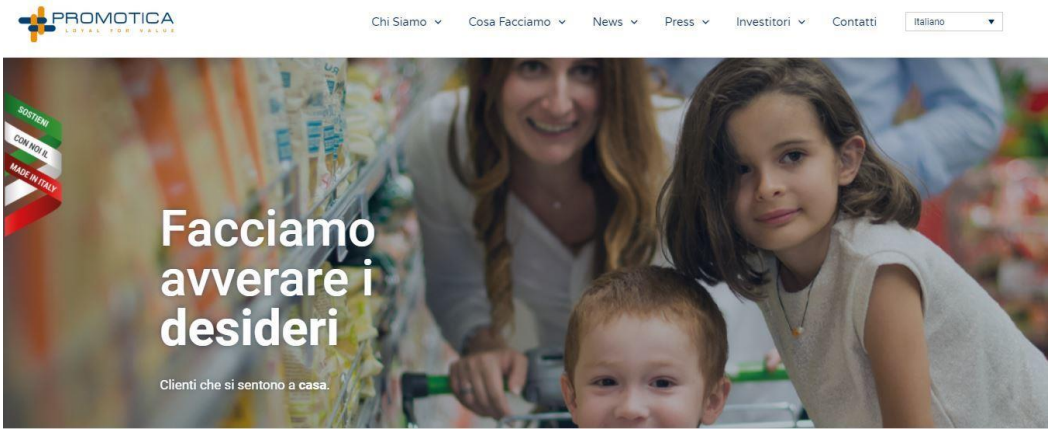
Digital Magics, business incubator di progetti digitali e fornitore di servizi di consulenza per startup e imprese, ha concluso con successo il periodo di collocamento degli "Strumenti Finanziari Partecipativi Digital Magics S.p.A. 2020". Le risorse finanziarie, pari a 2 milioni di euro, saranno destinate agli investimenti nelle società più meritevoli presenti nel portafoglio e nelle nuove società che saranno selezionate per i programmi di incubazione e di accelerazione. **Per approfondire clicca qui**

Finlogic è un gruppo attivo nell'identificazione automatica e nei sistemi di etichettatura per la tracciabilità dei prodotti. KT&Partners ha alzato il target price su Finlogic, portandolo a 7,69 euro, dai 7,64 precedenti. Rispetto al prezzo attuale, il nuovo prezzo obiettivo esprime un potenziale rialzo del 35% circa. L'aggiornamento è stato pubblicato dopo la diffusione dei dati preliminari 2020, che mostrano vendite pari a 42,8 milioni di euro, in crescita del 30% su base annua ed in linea con le stime. **Per approfondire clicca qui**

Testata:	Data: 04 febbraio 2021
Frequenza: Online	Pagina: //

https://distribuzionemoderna.info/news/promotica-presenta-la-campagna-di-fidelizzazione-per-italbrix-gruppo-selex

Promotica presenta la campagna di fidelizzazione per Italbrix (gruppo Selex)



Promotica presenta una nuova campagna di fidelizzazione per Italbrix. Realtà aziendale del settore Gdo di Brescia e provincia nata dall'unione dei gruppi Italmark e Family market, che comprende oggi oltre 100 punti vendita distribuiti su tutto il territorio lombardo, Italbrix è recentemente entrata in Selex Gruppo commerciale. Selex, con l'entrata di Italbrix e degli altri 4 soci del Consorzio Sun (Supermercati uniti nazionali), è diventato il secondo attore della Gdo a livello nazionale e costituisce dunque un target di assoluto rilievo per Promotica.

La campagna è una short collection del valore di oltre 600.000 euro che prevede la movimentazione di oltre 200.000 premi con durata compresa tra il 3 febbraio 2021 ed il 20 aprile 2021. La raccolta punti è dedicata a tutti i clienti dei supermercati Italbrix che riceveranno un bollino ogni 10 euro di spesa. Egan, azienda marchigiana che realizza prodotti per la casa e per la tavola, ha firmato la collezione di premi "Campo di Cuori", con oggetti per la cucina in ceramica decorata a mano e porcellana. L'operazione si inserisce nel contesto di un rapporto continuativo esistente tra Promotica ed Italbrix: dal 2019 si contano infatti numerose campagne realizzate per il Gruppo della GDO, per un valore complessivo di quasi 3 milioni di euro e con oltre 1.2 milioni di premi movimentati.

La campagna nasce da una collaborazione ormai consolidata tra Promotica ed Egan, confermata anche dal rinnovo del contratto per la fornitura in esclusiva dei premi fino a fine 2022. La scelta da parte di Italbrix di lavorare con Egan è il frutto di una collaborazione pluriennale volta a promuovere il design 100% Made in Italy. Dal 2019 ad oggi Italbrix ha infatti scelto Egan quale partner per la realizzazione di 4 operazioni promozionali, per un valore complessivo superiore ai 2 milioni di euro.

Diego Toscani, Amministratore delegato di Promotica, ha così commentato: ", Questa campagna è un esempio assolutamente positivo di cooperazione tra due realtà radicate nella provincia di Brescia, orgogliose della proprie origini territoriali. Uno dei principali poli manifatturieri del Paese, in questo territorio hanno sede aziende che hanno contribuito a diffondere l'eccellenza dei prodotti italiani.".

Testata:	Data: 04 febbraio 2021
Frequenza: Online	Pagina: //

https://youmark.it/ym-youmark/promotica-presenta-la-campagna-di-fidelizzazione-per-italbrix-al-via-la-raccolta-punti-campo-di-cuori/

Promotica presenta la campagna di fidelizzazione per Italbrix, al via la raccolta punti 'Campo di Cuori'

DIEGO TOSCANI, AD PROMOTICA

Promotica, agenzia loyalty specializzata nella realizzazione di soluzioni marketing atte ad aumentare le vendite, la fidelizzazione e la brand advocacy, firma una nuova campagna di fidelizzazione per Italbrix, realtà aziendale del settore gdo di Brescia e provincia nata dall'unione dei gruppi Italmark e Family Market, che comprende oggi oltre 100 punti vendita distribuiti su tutto il territorio lombardo. Italbrix è recentemente entrata in Selex Gruppo Commerciale.

La campagna, in partenza oggi, è una short collection del valore di oltre 600.000 euro che p**revede la movimentazione di oltre 200.000 premi con durata compresa tra il 3 febbraio 2021 ed il 20 aprile 2021**. La raccolta punti è dedicata a tutti i clienti dei supermercati Italbrix che riceveranno un bollino ogni 10 euro di spesa. Egan, azienda marchigiana che realizza prodotti per la casa e per la tavola, ha firmato la collezione di premi **'Campo di Cuori', con oggetti per la cucina in ceramica decorata a mano e porcellana**. L'operazione si inserisce nel contesto di un rapporto continuativo esistente tra Promotica ed Italbrix: dal 2019 si contano infatti diverse campagne realizzate per il Gruppo della gdo, per un valore complessivo di quasi 3 milioni di euro e con oltre 1.2 milioni di premi movimentati.

La campagna nasce da una collaborazione ormai consolidata tra Promotica ed Egan, confermata anche dal rinnovo del contratto per la fornitura in esclusiva dei premi fino a fine 2022. La scelta da parte di Italbrix di lavorare con Egan è il frutto di una collaborazione pluriennale volta a promuovere il design 100% Made in Italy. Dal 2019 ad oggi Italbrix ha infatti scelto Egan quale partner per la realizzazione di 4 operazioni promozionali, per un valore complessivo superiore ai 2 milioni di euro.

Promotica ha gestito internamente tutte le fasi della campagna, dall'ideazione fino alla gestione operativa dell'attività promozionale.

Testata: GIORNALE DI BRESCIA	Data: 04 febbraio 2021
Frequenza: Quotidiano	Pagina: 31

Promotica firma la campagna di fidelizzazione per Italbrix

Il progetto

DESENZANO. Promotica ha realizzato la nuova campagna di fidelizzazione per Italbrix, uno dei più importanti operatori nazionali della Gdo, Italbrix e nata dall'unione dei gruppi Italmark e Family Market.

«Un progetto unico a cui teniamo particolarmente - commenta l'a.d. di Promotica Diego Toscani - poiché così legato al nostro territorio. Questa campagna è infatti un esempio positivo di cooperazione tra due realtà radicate nella provincia di Brescia». La campagna, partita ieri, è una short collection del valore di oltre 600mila euro, che prevede la movimentazione di oltre 200mila premi con durata compresa tra il 3 febbraio e il 20 aprile di quest'anno. //

Promotica: lancia campagna per Italbrix

MILANO (MF-DJ)--Promotica presenta una nuova campagna di fidelizzazione per Italbrix Spa, realta' aziendale del settore GDO di Brescia e provincia nata dall'unione dei gruppi Italmark e Family Market, che comprende oggi oltre 100 punti vendita distribuiti su tutto il territorio lombardo. Italbrix, spiega una nota, e' recentemente entrata in Selex Gruppo Commerciale. Selex, con l'entrata di Italbrix e degli altri 4 soci del Consorzio SUN (Supermercati Uniti Nazionali), e' diventato il secondo attore della GDO a livello nazionale e costituisce dunque un target di assoluto rilievo per Promotica. La campagna, in partenza oggi, e' una short collection del valore di oltre 600.000 euro che prevede la movimentazione di oltre 200.000 premi con durata compresa tra il 3 febbraio 2021 ed il 20 aprile 2021. Diego Toscani, Amministratore Delegato di Promotica, ha commentato: "sono orgoglioso di annunciare il lancio della campagna realizzata per Italbrix, un progetto unico a cui teniamo particolarmente, poiche' cosi' legato al nostro territorio di origine, il bresciano. Questa campagna e' infatti un esempio assolutamente positivo di cooperazione tra due realta' radicate nella provincia di Brescia, orgogliose della proprie origini territoriali. Uno dei principali poli manifatturieri del Paese, in questo territorio hanno sede aziende che hanno contribuito a diffondere l'eccellenza dei prodotti italiani". com/lab MF-DJ NEWS

Testata: MILANO FINANZA	**Data**: 03 febbraio 2021
Frequenza: Online	**Pagina: //**

https://www.milanofinanza.it/news/promotica-avviata-la-campagna-per-italbrix-da-600-mila-euro-202102030939442058

Promotica, avviata la campagna per Italbrix da 600 mila euro

La campagna, in partenza oggi, è una short collection del valore di oltre 600.000 euro che prevede la movimentazione di oltre 200.000 premi con durata compresa tra il 3 febbraio 2021 ed il 20 aprile 2021.

Promotica S.p.A. - agenzia loyalty specializzata nella realizzazione di soluzioni marketing atte ad aumentare le vendite, la fidelizzazione e la brand advocacy – presenta una nuova campagna di fidelizzazione per Italbrix S.p.A.. Realtà aziendale del settore GDO di Brescia e provincia nata dall'unione dei gruppi Italmark e Family Market, che comprende oggi oltre 100 punti vendita distribuiti su tutto il territorio lombardo, Italbrix è recentemente entrata in Selex Gruppo Commerciale.

Selex, con l'entrata di Italbrix e degli altri 4 soci del Consorzio SUN (Supermercati Uniti Nazionali), è diventato il secondo attore della GDO a livello nazionale e costituisce dunque un target di assoluto rilievo per **Promotica**. La campagna, in partenza oggi, è una short collection del valore di oltre 600.000 euro che prevede la movimentazione di oltre 200.000 premi con durata compresa tra il 3 febbraio 2021 ed il 20 aprile 2021.

La raccolta punti è dedicata a tutti i clienti dei supermercati Italbrix che riceveranno un bollino ogni 10 euro di spesa. Egan, azienda marchigiana che realizza prodotti per la casa e per la tavola, ha firmato la collezione di premi "Campo di Cuori", con oggetti per la cucina in ceramica decorata a mano e porcellana. L'operazione si inserisce nel contesto di un rapporto continuativo esistente tra **Promotica** ed Italbrix: dal 2019 si contano infatti numerose campagne realizzate per il Gruppo della GDO, per un valore complessivo di quasi 3 milioni di euro e con oltre 1.2 milioni di premi movimentati.

La campagna nasce da una collaborazione ormai consolidata tra **Promotica** ed Egan, confermata anche dal rinnovo del contratto per la fornitura in esclusiva dei premi fino a fine 2022. La scelta da parte di Italbrix di lavorare con Egan è il frutto di una collaborazione pluriennale volta a promuovere il design 100% Made in Italy. Dal 2019 ad oggi Italbrix ha infatti scelto Egan quale partner per la realizzazione di 4 operazioni promozionali, per un valore complessivo superiore ai 2 milioni di euro. **Promotica** ha gestito internamente tutte le fasi della campagna, dall'ideazione fino alla gestione operativa dell'attività promozionale, 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: "Sono orgoglioso di annunciare il lancio della campagna realizzata per Italbrix, un progetto unico a cui teniamo particolarmente, poiché così legato al nostro territorio di origine, il bresciano. Questa campagna è infatti un esempio assolutamente positivo di cooperazione tra due realtà radicate nella provincia di Brescia, orgogliose della proprie origini territoriali. Uno dei principali poli manifatturieri del Paese, in questo territorio hanno sede aziende che hanno contribuito a diffondere l'eccellenza dei prodotti italiani.".

Testata: MF AIM ITALIA	Data: 03 febbraio 2021
Frequenza: Online	Pagina: //

https://aimnews.milanofinanza.it/news/promotica-avviata-la-campagna-per-italbrix-da-600-mila-euro-202102030939442058?refresh_cens

Promotica, avviata la campagna per Italbrix da 600 mila euro

La campagna, in partenza oggi, è una short collection del valore di oltre 600.000 euro che prevede la movimentazione di oltre 200.000 premi con durata compresa tra il 3 febbraio 2021 ed il 20 aprile 2021.

Promotica S.p.A. - agenzia loyalty specializzata nella realizzazione di soluzioni marketing atte ad aumentare le vendite, la fidelizzazione e la brand advocacy – presenta una nuova campagna di fidelizzazione per Italbrix S.p.A.. Realtà aziendale del settore GDO di Brescia e provincia nata dall'unione dei gruppi Italmark e Family Market, che comprende oggi oltre 100 punti vendita distribuiti su tutto il territorio lombardo, Italbrix è recentemente entrata in Selex Gruppo Commerciale.

Selex, con l'entrata di Italbrix e degli altri 4 soci del Consorzio SUN (Supermercati Uniti Nazionali), è diventato il secondo attore della GDO a livello nazionale e costituisce dunque un target di assoluto rilievo per Promotica. La campagna, in partenza oggi, è una short collection del valore di oltre 600.000 euro che prevede la movimentazione di oltre 200.000 premi con durata compresa tra il 3 febbraio 2021 ed il 20 aprile 2021.

La raccolta punti è dedicata a tutti i clienti dei supermercati Italbrix che riceveranno un bollino ogni 10 euro di spesa. Egan, azienda marchigiana che realizza prodotti per la casa e per la tavola, ha firmato la collezione di premi "Campo di Cuori", con oggetti per la cucina in ceramica decorata a mano e porcellana. L'operazione si inserisce nel contesto di un rapporto continuativo esistente tra Promotica ed Italbrix: dal 2019 si contano infatti numerose campagne realizzate per il Gruppo della GDO, per un valore complessivo di quasi 3 milioni di euro e con oltre 1.2 milioni di premi movimentati.

La campagna nasce da una collaborazione ormai consolidata tra Promotica ed Egan, confermata anche dal rinnovo del contratto per la fornitura in esclusiva dei premi fino a fine 2022. La scelta da parte di Italbrix di lavorare con Egan è il frutto di una collaborazione pluriennale volta a promuovere il design 100% Made in Italy. Dal 2019 ad oggi Italbrix ha infatti scelto Egan quale partner per la realizzazione di 4 operazioni promozionali, per un valore complessivo superiore ai 2 milioni di euro. Promotica ha gestito internamente tutte le fasi della campagna, dall'ideazione fino alla gestione operativa dell'attività promozionale, 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: "Sono orgoglioso di annunciare il lancio della campagna realizzata per Italbrix, un progetto unico a cui teniamo particolarmente, poiché così legato al nostro territorio di origine, il bresciano. Questa campagna è infatti un esempio assolutamente positivo di cooperazione tra due realtà radicate nella provincia di Brescia, orgogliose della proprie origini territoriali. Uno dei principali poli manifatturieri del Paese, in questo territorio hanno sede aziende che hanno contribuito a diffondere l'eccellenza dei prodotti italiani.".

Testata:	Data: 03 febbraio 2021
Frequenza: Online	Pagina: //

https://marketinsight.it/2021/02/03/promotica-aim-lancia-campagna-di-fidelizzazione-per-italbrix/

PROMOTICA (AIM) – LANCIA CAMPAGNA DI FIDELIZZAZIONE PER ITALBRIX

Promotica presenta una nuova campagna di fidelizzazione per Italbrix, realtà aziendale del settore GDO di Brescia e provincia nata dall'unione dei gruppi Italmark e Family Market, che comprende oggi oltre 100 punti vendita distribuiti su tutto il territorio lombardo. Italbrix è recentemente entrata in Selex Gruppo Commerciale.

La campagna, in partenza oggi, è una short collection del valore di oltre 600.000 euro che prevede la movimentazione di oltre 200.000 premic on durata compresa tra il 3 febbraio 2021 ed il 20 aprile 2021. La raccolta punti è dedicata a tutti i clienti dei supermercati Italbrix che riceveranno un bollino ogni 10 euro di spesa.

L'operazione si inserisce nel contesto di un rapporto continuativo esistente tra Promotica ed Italbrix: dal 2019 si contano infatti numerose campagne realizzate per il gruppo della GDO, per un valore complessivo di quasi 3 milioni e con oltre 1,2 milioni di premi movimentati.

Egan, azienda marchigiana che realizza prodotti per la casa e per la tavola, ha firmato la collezione di premi.

La campagna nasce da una collaborazione ormai consolidata tra Promotica ed Egan, confermata anche dal rinnovo del contratto per la fornitura in esclusiva dei premi fino a fine 2022.

Promotica ha gestito internamente tutte le fasi della campagna, dall'ideazione fino alla gestione operativa dell'attività promozionale.

Testata: websim.it	Data: 03 febbraio 2021
Frequenza: Online	Pagina: //

https://www.websim.it/articoli-websim/promotica-2-5-nuova-campagna-di-fidelizzazione-per-italbrix/18b3c0c113594f8ca0315bebe63f166f.wsml

PROMOTICA +2,5% Nuova campagna di fidelizzazione per Italbrix

> Le campagne realizzate per il Gruppo della GDO dal 2019 valgono quasi 3 milioni di euro, con oltre 1,2 milioni di premi movimentati.

Promotica [PMTI.MI], agenzia loyalty specializzata nella realizzazione di soluzioni marketing atte ad aumentare le vendite, la fidelizzazione e la brand advocacy, è in rialzo del +2,5% a 1,6 euro.

Promotica presenta una nuova campagna di fidelizzazione per Italbrix, società del settore GDO di Brescia che comprende oltre 100 punti vendita in Lombardia, ed entrata di recente in Selex Gruppo Commerciale. Selex è il secondo attore della GDO a livello nazionale, e costituisce un target di assoluto rilievo per Promotica.

Questa operazione fa parte del rapporto continuativo instaurato tra Promotica ed Italbrix. Le campagne realizzate per il Gruppo della GDO dal 2019 valgono quasi 3 milioni di euro, con oltre 1,2 milioni di premi movimentati.

La raccolta punti è dedicata a tutti i clienti dei supermercati Italbrix, che riceveranno un bollino ogni 10 euro di spesa.

Egan, azienda marchigiana che realizza prodotti per la casa e per la tavola, ha firmato la collezione di premi "Campo di Cuori".

Diego Toscani, Amministratore Delegato di Promotica, ha così commentato: "Sono orgoglioso di annunciare il lancio della campagna realizzata per Italbrix, un progetto unico a cui teniamo particolarmente, poiché così legato al nostro territorio di origine, il bresciano. Questa campagna è infatti un esempio assolutamente positivo di cooperazione tra due realtà radicate nella provincia di Brescia, orgogliose della proprie origini territoriali. Uno dei principali poli manifatturieri del Paese, in questo territorio hanno sede aziende che hanno contribuito a diffondere l'eccellenza dei prodotti italiani".

Testata: FTA OnLine Financial . Trend . Analysis	**Data**: 03 febbraio 2021
Frequenza: Online	**Pagina: //**

https://www.ftaonline.com/news/promotica-presenta-la-campagna-di-fidelizzazione-italbrix-gruppo-selex-del-valore-di-oltre-600

Promotica presenta la campagna di fidelizzazione per Italbrix (Gruppo Selex), del valore di oltre 600 mila euro

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 – presenta una nuova campagna di fidelizzazione per Italbrix S.p.A.. Realtà aziendale del settore GDO di Brescia e provincia nata dall'unione dei gruppi Italmark e Family Market, che comprende oggi oltre 100 punti vendita distribuiti su tutto il territorio lombardo, Italbrix è recentemente entrata in Selex Gruppo Commerciale. Selex, con l'entrata di Italbrix e degli altri 4 soci del Consorzio SUN (Supermercati Uniti Nazionali), è diventato il secondo attore della GDO a livello nazionale e costituisce dunque un target di assoluto rilievo per Promotica. La campagna, in partenza oggi, è una short collection del valore di oltre 600.000 euro che prevede la movimentazione di oltre 200.000 premi con durata compresa tra il 3 febbraio 2021 ed il 20 aprile 2021. La raccolta punti è dedicata a tutti i clienti dei supermercati Italbrix che riceveranno un bollino ogni 10 euro di spesa. Egan, azienda marchigiana che realizza prodotti per la casa e per la tavola, ha firmato la collezione di premi "Campo di Cuori", con oggetti per la cucina in ceramica decorata a mano e porcellana. L'operazione si inserisce nel contesto di un rapporto continuativo esistente tra Promotica ed Italbrix: dal 2019 si contano infatti numerose campagne realizzate per il Gruppo della GDO, per un valore complessivo di quasi 3 milioni di euro e con oltre 1.2 milioni di premi movimentati. La campagna nasce da una collaborazione ormai consolidata tra Promotica ed Egan, confermata anche dal rinnovo del contratto per la fornitura in esclusiva dei premi fino a fine 2022. La scelta da parte di Italbrix di lavorare con Egan è il frutto di una collaborazione pluriennale volta a promuovere il design 100% Made in Italy. Dal 2019 ad oggi Italbrix ha infatti scelto Egan quale partner per la realizzazione di 4 operazioni promozionali, per un valore complessivo superiore ai 2 milioni di euro. Promotica ha gestito internamente tutte le fasi della campagna, dall'ideazione fino alla gestione operativa dell'attività promozionale, 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: "Sono orgoglioso di annunciare il lancio della campagna realizzata per Italbrix, un progetto unico a cui teniamo particolarmente, poiché così legato al nostro territorio di origine, il bresciano. Questa campagna è infatti un esempio assolutamente positivo di cooperazione tra due realtà radicate nella provincia di Brescia, orgogliose della proprie origini territoriali. Uno dei principali poli manifatturieri del Paese, in questo territorio hanno sede aziende che hanno contribuito a diffondere l'eccellenza dei prodotti italiani.".

Testata: Trend online	Data: 03 febbraio 2021
Frequenza: Online	Pagina: //

https://www.trend-online.com/ansa/promotica-presenta-la-campagna-di-fidelizzazione-per-italbrixgruppo-selex-del-valore-di-oltre-600-mila-euro-404667/

Promotica presenta la campagna di fidelizzazione per Italbrix (Gruppo Selex), del valore di oltre 600 mila euro

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 – presenta una nuova campagna di fidelizzazione per Italbrix S.p.A.. Realtà aziendale del settore GDO di Brescia e provincia nata dall'unione dei gruppi Italmark e Family Market, che comprende oggi oltre 100 punti vendita distribuiti su tutto il territorio lombardo, Italbrix è recentemente entrata in Selex Gruppo Commerciale. Selex, con l'entrata di Italbrix e degli altri 4 soci del Consorzio SUN (Supermercati Uniti Nazionali), è diventato il secondo attore della GDO a livello nazionale e costituisce dunque un target di assoluto rilievo per Promotica. La campagna, in partenza oggi, è una short collection del valore di oltre 600.000 euro che prevede la movimentazione di oltre 200.000 premi con durata compresa tra il 3 febbraio 2021 ed il 20 aprile 2021. La raccolta punti è dedicata a tutti i clienti dei supermercati Italbrix che riceveranno un bollino ogni 10 euro di spesa. Egan, azienda marchigiana che realizza prodotti per la casa e per la tavola, ha firmato la collezione di premi "Campo di Cuori", con oggetti per la cucina in ceramica decorata a mano e porcellana. L'operazione si inserisce nel contesto di un rapporto continuativo esistente tra Promotica ed Italbrix: dal 2019 si contano infatti numerose campagne realizzate per il Gruppo della GDO, per un valore complessivo di quasi 3 milioni di euro e con oltre 1.2 milioni di premi movimentati. La campagna nasce da una collaborazione ormai consolidata tra Promotica ed Egan, confermata anche dal rinnovo del contratto per la fornitura in esclusiva dei premi fino a fine 2022. La scelta da parte di Italbrix di lavorare con Egan è il frutto di una collaborazione pluriennale volta a promuovere il design 100% Made in Italy. Dal 2019 ad oggi Italbrix ha infatti scelto Egan quale partner per la realizzazione di 4 operazioni promozionali, per un valore complessivo superiore ai 2 milioni di euro. Promotica ha gestito internamente tutte le fasi della campagna, dall'ideazione fino alla gestione operativa dell'attività promozionale, 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: "Sono orgoglioso di annunciare il lancio della campagna realizzata per Italbrix, un progetto unico a cui teniamo particolarmente, poiché così legato al nostro territorio di origine, il bresciano. Questa campagna è infatti un esempio assolutamente positivo di cooperazione tra due realtà radicate nella provincia di Brescia, orgogliose della proprie origini territoriali. Uno dei principali poli manifatturieri del Paese, in questo territorio hanno sede aziende che hanno contribuito a diffondere l'eccellenza dei prodotti italiani.".

Testata: TRADERLINK	Data: 03 febbraio 2021
Frequenza: Online	Pagina: //

http://www.traderlink.it/notizie/ultime-news/promotica-presenta-la-campagna-di-fidelizzazione-per-italbrix-gruppo-selex-del-valore-di-oltre-600-mila-euro_21034V51TYDXIUO?refresh=1

Promotica presenta la campagna di fidelizzazione per Italbrix (Gruppo Selex), del valore di oltre 600 mila euro

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 – presenta una nuova campagna di fidelizzazione per Italbrix S.p.A.. Realtà aziendale del settore GDO di Brescia e provincia nata dall'unione dei gruppi Italmark e Family Market, che comprende oggi oltre 100 punti vendita distribuiti su tutto il territorio lombardo, Italbrix è recentemente entrata in Selex Gruppo Commerciale.

Selex, con l'entrata di Italbrix e degli altri 4 soci del Consorzio SUN (Supermercati Uniti Nazionali), è diventato il secondo attore della GDO a livello nazionale e costituisce dunque un target di assoluto rilievo per Promotica. La campagna, in partenza oggi, è una short collection del valore di oltre 600.000 euro che prevede la movimentazione di oltre 200.000 premi con durata compresa tra il 3 febbraio 2021 ed il 20 aprile 2021.
La raccolta punti è dedicata a tutti i clienti dei supermercati Italbrix che riceveranno un bollino ogni 10 euro di spesa. Egan, azienda marchigiana che realizza prodotti per la casa e per la tavola, ha firmato la collezione di premi "Campo di Cuori", con oggetti per la cucina in ceramica decorata a mano e porcellana.

L'operazione si inserisce nel contesto di un rapporto continuativo esistente tra Promotica ed Italbrix: dal 2019 si contano infatti numerose campagne realizzate per il Gruppo della GDO, per un valore complessivo di quasi 3 milioni di euro e con oltre 1.2 milioni di premi movimentati. La campagna nasce da una collaborazione ormai consolidata tra Promotica ed Egan, confermata anche dal rinnovo del contratto per la fornitura in esclusiva dei premi fino a fine 2022.

La scelta da parte di Italbrix di lavorare con Egan è il frutto di una collaborazione pluriennale volta a promuovere il design 100% Made in Italy. Dal 2019 ad oggi Italbrix ha infatti scelto Egan quale partner per la realizzazione di 4 operazioni promozionali, per un valore complessivo superiore ai 2 milioni di euro.

Promotica ha gestito internamente tutte le fasi della campagna, dall'ideazione fino alla gestione operativa dell'attività promozionale, 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: "Sono orgoglioso di annunciare il lancio della campagna realizzata per Italbrix, un progetto unico a cui teniamo particolarmente, poiché così legato al nostro territorio di origine, il bresciano. Questa campagna è infatti un esempio assolutamente positivo di cooperazione tra due realtà radicate nella provincia di Brescia, orgogliose della proprie origini territoriali.

Uno dei principali poli manifatturieri del Paese, in questo territorio hanno sede aziende che hanno contribuito a diffondere l'eccellenza dei prodotti italiani.".

Testata: Promotion	Data: 03 febbraio 2021
Frequenza: Online	Pagina: //

https://www.promotionmagazine.it/italbrix-lancia-una-nuova-short-collection/

Italbrix ingaggia i clienti con il supporto di Promotica

Parte oggi e si protrarrà fino al 20 aprile 2021 la campagna promozionale curata dall'agenzia Promotica per Italbrix, realtà aziendale della gdo di Brescia e provincia, nata dall'unione dei gruppi Italmark e Family Market, che comprende oggi oltre 100 punti vendita distribuiti su tutto il territorio lombardo e che recentemente è entrata a far parte di Selex Gruppo Commerciale.

La una short collection si basa sulla raccolta punti (1 punto ogni 10 euro di spesa) per ottenere oggetti per la cucina in ceramica decorata a mano e porcellana della linea "Campo di Cuori" di Egan. L'operazione si inserisce nel contesto di un rapporto continuativo esistente tra Italbrix e Promotica che ha gestito internamente tutte le fasi della campagna, dall'ideazione fino alla gestione operativa dell'attività promozionale: dal 2019 si contano infatti numerose attività realizzate per il gruppo della gdo, per un valore complessivo di quasi 3 milioni di euro e con oltre 1.2 milioni di premi movimentati.

Testata: TGCOM24	Data: 03 febbraio 2021
Frequenza: Online	Pagina: //

http://finanza.tgcom24.mediaset.it/news/dettaglio_news.asp?id=202102031252041980&chkAgenzie=PMFNW

PROMOTICA: LANCIA CAMPAGNA PER ITALBRIX

03/02/2021 12:16

MILANO (MF-DJ)--Promotica presenta una nuova campagna di fidelizzazione per Italbrix Spa, realta' aziendale del settore GDO di Brescia e provincia nata dall'unione dei gruppi Italmark e Family Market, che comprende oggi oltre 100 punti vendita distribuiti su tutto il territorio lombardo. Italbrix, spiega una nota, e' recentemente entrata in Selex Gruppo Commerciale. Selex, con l'entrata di Italbrix e degli altri 4 soci del Consorzio SUN (Supermercati Uniti Nazionali), e' diventato il secondo attore della GDO a livello nazionale e costituisce dunque un target di assoluto rilievo per Promotica. La campagna, in partenza oggi, e' una short collection del valore di oltre 600.000 euro che prevede la movimentazione di oltre 200.000 premi con durata compresa tra il 3 febbraio 2021 ed il 20 aprile 2021. Diego Toscani, Amministratore Delegato di Promotica, ha commentato: "sono orgoglioso di annunciare il lancio della campagna realizzata per Italbrix, un progetto unico a cui teniamo particolarmente, poiche' cosi' legato al nostro territorio di origine, il bresciano. Questa campagna e' infatti un esempio assolutamente positivo di cooperazione tra due realta' radicate nella provincia di Brescia, orgogliose della proprie origini territoriali. Uno dei principali poli manifatturieri del Paese, in questo territorio hanno sede aziende che hanno contribuito a diffondere l'eccellenza dei prodotti italiani". com/lab MF-DJ NEWS

Testata: ADVFN	Data: 03 febbraio 2021
Frequenza: Online	Pagina: //

https://it.advfn.com/notizie/Promotica-lancia-campagna-per-Italbrix_84237136.html

Promotica: lancia campagna per Italbrix

Promotica presenta una nuova campagna di fidelizzazione per Italbrix Spa, realtà aziendale del settore GDO di Brescia e provincia nata dall'unione dei gruppi Italmark e Family Market, che comprende oggi oltre 100 punti vendita distribuiti su tutto il territorio lombardo.

Italbrix, spiega una nota, è recentemente entrata in Selex Gruppo Commerciale. Selex, con l'entrata di Italbrix e degli altri 4 soci del Consorzio SUN (Supermercati Uniti Nazionali), è diventato il secondo attore della GDO a livello nazionale e costituisce dunque un target di assoluto rilievo per Promotica.

La campagna, in partenza oggi, è una short collection del valore di oltre 600.000 euro che prevede la movimentazione di oltre 200.000 premi con durata compresa tra il 3 febbraio 2021 ed il 20 aprile 2021.

Diego Toscani, Amministratore Delegato di Promotica, ha commentato: "sono orgoglioso di annunciare il lancio della campagna realizzata per Italbrix, un progetto unico a cui teniamo particolarmente, poiché così legato al nostro territorio di origine, il bresciano. Questa campagna è infatti un esempio assolutamente positivo di cooperazione tra due realtà radicate nella provincia di Brescia, orgogliose della proprie origini territoriali. Uno dei principali poli manifatturieri del Paese, in questo territorio hanno sede aziende che hanno contribuito a diffondere l'eccellenza dei prodotti italiani".