

PROMOTION AWARDS 2020: PROMOTICA SI AGGIUDICA 4 PREMI

Si è tenuta venerdì 5 marzo la cerimonia di premiazione dei Promotion Awards 2020, l'annuale premio organizzato e promosso da Promotion Magazine per premiare le migliori campagne di engagement e fidelizzazione che si sono distinte sul mercato promozionale italiano. Un appuntamento ancora più importante in un anno, il 2020, in cui il marketing di relazione si è rivelato fondamentale per mantenere vivo e attivo il rapporto di fiducia e vicinanza con i clienti a tutti i livelli.

Fatto questo che rende ancora più significativo e prezioso per Promotica S.p.A. l'essersi aggiudicata ben 4 Loyalty Awards, raddoppiando il già straordinario risultato del 2019. Queste le categorie e i lavori in cui l'azienda si è contraddistinta:

1. **Miglior Catalogo Premi** con la *Raccolta Punti 2020 'La collezione che guarda al futuro'* di Coop Alleanza 3.0. Tra i punti di forza del catalogo la scelta dei premi, un mix sapiente di brand top of mind, prodotti Made in Italy, ecofriendly, sostenibili e di design. Un catalogo che ha incontrato il gusto dei clienti Coop facendoli sentire sempre al centro dell'attenzione. La Cooperativa ha inoltre dato ai propri Soci la possibilità di prenotare i prodotti online e ritirarli in negozio prenotando l'ingresso preferenziale. La scelta di fornire questo servizio è stata particolarmente apprezzata anche per via della difficile situazione sanitaria.
2. **Miglior Short Collection** con 'Collezione Buone Abitudini' di Conad, in collaborazione con Tupperware e Legambiente, per educare e informare sull'uso corretto della plastica e far chiarezza su quanto le scelte e il contributo di ciascuno di noi siano importanti per il benessere del pianeta. Al collezionamento che vedeva protagonisti i contenitori ermetici firmati Tupperware, era affiancato un concorso con in palio biciclette elettriche Brinke per una mobilità sostenibile.
3. **Miglior Campagna Multichannel** con 'BeAppy 2.0', realizzata con Coop Centro Italia con l'obiettivo di progettare uno strumento di relazione tra i Soci e la Cooperativa. Si tratta del primo catalogo multicanale interamente digitale e sono migliaia i download dell'App Coop Centro Italia che confermano il successo dell'iniziativa. Le "conseguenze" sono positive e green: non stampare e non distribuire il catalogo, se non un estratto depliant, riduce l'impatto ambientale, e i premi incentrati sull'ambiente e sul Made in Italy contribuiscono alla sensibilizzazione e alla valorizzazione del territorio. Inoltre l'engagement è potenziato da missioni digitali da svolgersi in app, legate al comportamento d'acquisto, oltre a survey e missioni Facebook.
4. **Menzione speciale della Giuria come Miglior Catalogo** con il 'Catalogo Premi per te 2020', realizzato per C+C, l'insegna nazionale del Gruppo Selex dedicata ai Cash & Carry. L'esigenza di gratificare come cliente finale il settore Ho.re.ca, ha portato alla realizzazione di un catalogo con premi utili e di design, studiati appositamente per una clientela professionale. Da sottolineare la scelta dell'insegna di mostrarsi concretamente vicina ai propri clienti erogando punti extra durante il periodo di lockdown, anche quando le attività del settore si erano fermate. On top un concorso a

premi sempre gestito da Promotica per trasformare il cliente in partner, e premiare i suoi acquisti.

L'AD **Diego Toscani** si dichiara estremamente soddisfatto per il poker di Premi: *“Il 2020 ha visto cambiare il mondo e Promotica stessa, che ha intrapreso un percorso di quotazione in Borsa e di internazionalizzazione. Questi quattro premi confermano e celebrano la maturità del nostro lavoro e delle relazioni costruite, la capacità di anticipare e leggere i bisogni dei consumatori in costante evoluzione, l'idea che temi quali sostenibilità e territorio vadano esplorati e condivisi, Ogni campagna è il frutto di un lavoro di team interno ma anche dell'ascolto e della fiducia dei nostri clienti e dei destinatari finali. Grazie quindi a chi di questa sinergia è parte attiva e grazie ai nostri clienti, per rendere ogni percorso unico e condiviso. Continueremo a crescere con e grazie a voi.”*

Per ribadire la centralità dei clienti per Promotica, riportiamo di seguito le loro impressioni a caldo, appena ricevuta la notizia dei premi.

Roberta Girotti, Responsabile Fidelizzazione e Iniziative Speciali. Direzione Marketing Strategico di **Coop Alleanza 3.0**: *“Sono molto grata per questo premio che conferma la nostra soddisfazione per come è stato costruito il Catalogo 2020. In particolare voglio sottolineare l'impegno nella selezione di premi che rispecchiano i valori fondanti di Coop, con una particolare attenzione all'ambiente, alla sostenibilità e all'italianità. Inoltre i clienti hanno avuto la possibilità di prenotare i prodotti online e ritirarli in negozio prenotando l'ingresso preferenziale. Un aiuto prezioso per evitare di creare assembramenti nei punti vendita. Questi elementi sono stati riproposti in maniera ancora più incisiva nel nuovo catalogo, partito proprio in questi giorni.”*

Marco Bellucci, Responsabile Marketing Strategico del Gruppo **Coop Centro Italia**: *“Siamo particolarmente orgogliosi di poter affermare che Coop Centro Italia offre ai propri Soci non un semplice catalogo premi ma un programma che, in soli due anni, è stato riconosciuto come miglior catalogo premi (Promotion Awards 2019) e miglior campagna multichannel (Promotion Awards 2020). Il tutto, in assoluta coerenza con il nostro impegno storico a favore dell'ambiente e della sostenibilità, con un approccio continuamente rinnovato che vede nell'omnicanalità e nel digitale un modo per realizzare nuove opportunità per i nostri Soci e per costruire nuove forme di relazione con loro”.*

Luca Dalmonte, Responsabile Collection di **Conad**: *La short collection “Collezione Buone abitudini” è il primo passo verso gli sviluppi futuri di Conad nell'ambito della sostenibilità. I nostri pilastri per le strategie future anche in ambito loyalty, saranno 3: sostenibilità ambientale, economica e sociale. Con questa collection, Conad ha voluto dare un segno tangibile e una chiave di svolta per il futuro in ambito **sostenibilità ambientale**. Altri importanti passi sono stati fatti con il catalogo miPremio 2021 che racchiude una selezione di articoli ed esperienze 100% made in Italy.*

Claudio Martinelli, Responsabile marketing di **GMF SpA**: *“Siamo felici di questo riconoscimento che dedichiamo a tutti i nostri clienti impegnati ogni giorno ad adattare le proprie attività a questo difficile momento storico. Loyalty significa lealtà, ed è per questo, auspicando nella ripresa del settore, che abbiamo deciso tra le altre iniziative a favore*

della categoria di non azzerare i punti del catalogo 2020. Ne consegue che i nostri clienti inizieranno il nuovo catalogo trovandosi in carico i punti non redenti su quello precedente.”