

L'EVOLUZIONE La quotata di Desenzano è tra le protagoniste in Italia nel settore loyalty



Il leader Diego Toscani, fondatore, presidente e amministratore delegato di Promotica spa: la società dal novembre scorso è quotata sull'Aim in Borsa

Promotica, le emozioni per il business futuro

Dai sogni da bambino di Diego Toscani allo sbarco a Piazza Affari
«Il marketing, quello buono, fa viaggiare le merci sui mercati mondiali»

/// **Adriano Baffelli**

●● Lavorare sulle emozioni applicando l'intelligenza artificiale per trasformare i sogni di un bambino, affascinato dalle figurine da raccogliere per completare i cataloghi premio, in una solida azienda che guarda al futuro. Parliamo di Promotica spa di Desenzano del Garda, società innovativa e da pochi mesi protagonista di un passaggio strategico: dal 27 novembre scorso è quotata - ultima bresciana, in ordine cronologico, approdata a Piazza Affari - sul mercato Aim Italia di Borsa Italiana, dedicato alle Pmi ad alto potenziale di crescita. Ha chiuso il 2019 con ricavi per 37 milioni di euro e un utile di 2,2 milioni.

Il fondatore, Diego Toscani, è il presidente e amministratore delegato della spa. Davvero la sua impresa nasce per dare concretezza ai sogni di quando era un bambino vivace e fantasioso? «È andata proprio così», risponde. Si spieghi meglio. «Da bambino ero delegato in famiglia a raccogliere punti e figurine dei concorsi a premio e subito il fascino dei cataloghi che

consentivano di ottenere premi acquistando prodotti comunque necessari. Alle superiori già sapevo che mi sarei occupato di marketing, di quello buono, efficace e lubrificante che fa viaggiare le merci sui mercati mondiali».

Il ragazzo valtrumplino, nato agli inizi degli anni '70, era attratto dalle figurine, come quelle della Mira Lanza, che raccontavano storie di popoli e monumenti, o della Liebig sulle opere liriche. Una passione sfociata nel collezionismo e cresciuta negli anni dell'università: Economia e commercio a Brescia, con una tesi sulle imprese familiari e i passaggi generazionali. Allo studio ha abbinato l'attività giornalistica e la passione per il buon cibo e per l'ottimo vino, aiutato dal ruolo di addetto stampa dell'Ais bresciana, associazione dei sommelier, allora presieduta da Giovanni Creminati. «Un maestro, dal quale ho appreso molto», ricorda. E ricorda di aver avuto occasione di imparare da un buon numero di figure incontrate nel percorso professionale. Tra queste Oscar Farinetti, il patron di Eatly, «che mi ha fatto capire come il torcicollo sia una dote per molti imprenditori di successo, intendendo

quanto conti - continua Toscani - saper osservare, essere curiosi, carpire i dettagli».

Con la laurea in tasca ha varcato le Alpi per occuparsi di marketing in una società francese di casalinghi. Ha condotto interviste nei supermercati per capire su cosa si basino le scelte degli acquirenti. Dopo un anno, il ritorno a casa e «da bravo valtrumplino vado in un'azienda di casalinghi, la Pinti Inox, che era stata oggetto della mia tesi di laurea», dice. Qui ha trascorso tre anni, seguendo la Gdo e le promozioni. «Ho scoperto che era più facile vendere le posate a chi le regalava che a chi le rivendeva», sottolinea. Ha intuito le potenzialità di un preciso segmento di mercato? «Proprio così, si consolidava in quella fase la figura che si occupa di fidelizzazione del cliente, con azioni di loyalty program, i programmi fedeltà», spiega.

Dopo la Pinti, è direttore commerciale di un'azienda trentina di promozioni e corsi, finché decide di proseguire in altri settori. «È stato allora che, nel marzo del 2003, ho scelto di fondare Promotica», precisa Diego Toscani che ha vissuto anche esperienze politico-amministrative: è stato presidente

dell'Azienda servizi Valtrompia e sindaco di Sarezzo.

La recente quotazione in Borsa della società è stata decisa per affrontare con adeguati strumenti le sfide legate al potenziamento attraverso l'innovazione e lo sviluppo dei mercati esteri: quest'ultimo è uno dei principali driver della crescita, cui saranno dedicati parte dei capitali raccolti con la quotazione. Forte l'interesse per l'Est Europa e il Pacifico. In tale scenario si inseriscono le sedi di Belgrado e Hong Kong e la campagna di fidelizzazione che da gennaio promuove la Spar Croazia.

Promotica, tra le principali società in Italia nel settore loyalty, ha esperienza nei settori retail, food, farmaceutico e servizi e opera in partnership con realtà di primo piano del made in Italy. Ha lavorato con 1.800 clienti, offrendo consulenza per pianificazione e sviluppo promozionale, gestendone ogni fase: progettazione delle iniziative, realizzazione della campagna di comunicazione, approvvigionamento dei premi, servizi di logistica, monitoraggio dei dati e misurazione dei risultati.

LA STRATEGIA

Con Grazioli e Kiki Lab più forze per crescere

Guardare al futuro determinati a crescere in un'attività per molti versi matura, declinandola in forma scientifica. «La quotazione sull'Aim è un punto di partenza, nei prossimi anni pensiamo di fare tanta strada», dice Diego Toscani. Due scelte, fatte prima del debutto a Piazza Affari, indicano concretezza e chiarezza di visione: la nomina di Michele Grazioli a consigliere di amministrazione e l'acquisizione del 100% di Kiki Lab - Ebeltoft Italy srl di Brescia Due, con la quale era attiva da 15 anni una proficua collaborazione.

Grazioli è un giovane imprenditore, tra i massimi esperti di Intelligenza artificiale applicata al Proactive Decision Making. Nella classifica (2019) Forbes Under 30 figura nella top 5 dei 100 giovani innovatori italiani più influenti. Laureato in Economia e Management alla Bocconi, è presidente e alla guida di Vedrai spa, startup innovativa che sviluppa piattaforme per migliorare il processo decisionale, amministratore unico del gruppo Divisible e gestore del fondo Mival Capital, che investe in Pmi ad alto potenziale.

Kiki Lab è una società esperta in ricerca, formazione e servizi per il mondo retail, fondata da Fabrizio Valente, rimasto alla guida dell'azienda. L'acquisizione integra le competenze di Kiki Lab - Ebeltoft Italy nel perimetro di Promotica, che accresce il mercato di riferimento e si avvantaggia del carattere internazionale di Kiki Lab, unico membro italiano del consorzio mondiale Ebeltoft Group, fatto di 18 società di consulenza per il retail. A sua volta la dinamica società di ricerca e formazione condotta da Valente, beneficia dell'expertise e del potenziale commerciale di Promotica, consolidando ulteriormente la sua leadership nell'ambito della consulenza per la vendita al dettaglio. **A.Baf**

PRESENTAZIONE

L'economia ragionata che va oltre i soli numeri

/// **Adriano Baffelli**
adriano.baffelli@gmail.com



A distanza di tempo dall'esordio sulle pagine di Bresciaoggi, torno con piacere con il progetto «Brescia Innova»: si prefigge di offrire ai lettori approfondimenti sulle aziende bresciane e sulle persone alla loro guida. L'economia, la regina delle scienze sociali, può apparire un insieme di rigidi e freddi numeri, talvolta di difficile comprensione. Riflettendo su una dichiarazione di John Maynard Keynes che in un saggio così scriveva: «L'economista deve essere in un certo modo matematico, storico, statista, filosofo; maneggiare simboli e parlare in vocaboli; toccare astratto e concreto con lo stesso colpo d'ala del pensiero», per associazione logica direi che l'economia è molto di più dei soli numeri. Soprattutto se l'approccio riguarda il perimetro giornalistico. Sì, i numeri sono un elemento fondamentale per la materia, come per altre discipline, in verità. Ma gli aspetti che intendiamo raccontare in questo spazio di economia ragionata hanno più a che fare con le intuizioni, la dedizione, l'impegno, l'inventiva. Vogliamo proporvi storie di donne e uomini, delle fatiche e dell'ingegno che permeano le loro imprese. Che creano lavoro e prosperità. La tremenda pandemia che ci

accompagna ormai da un anno, ha evidenziato, fra il resto, un diffuso sentimento di contrarietà all'impresa, peraltro da tempo presente e latente in vari ambiti sociali. In realtà, mai come ora e nel prossimo futuro abbiamo e avremo bisogno di imprese all'altezza, anche sociale, del loro ruolo, per rimettere in sesto un paese profondamente ferito, impoverito e impaurito dai devastanti effetti del malefico virus.

Più di prima servono il coraggio, la fiducia nei propri mezzi e nelle proprie idee, per credere nel futuro, singolo e collettivo. Serve la determinazione di chi, nonostante le difficoltà, gli ostacoli, le inefficienze del sistema, ha la forza di innovare, di creare lavoro e occupazione. Racconteremo aziende manifatturiere e dei servizi, ospiteremo approfondimenti di protagonisti del mondo accademico, delle professioni, dell'innovazione, delle start-up. La prima storia la potete leggere accanto a questa presentazione. L'ho scelta per due principali motivi, in qualche misura entrambi metafora di quanto sopra indicato: parla di un'azienda nata dai sogni di un bambino, un imprenditore ante litteram che ha dimostrato cosa significa guardare al futuro, investire e innovare. Inoltre, la stessa impresa è stata l'ultima bresciana, nel novembre 2020, a quotarsi sull'Aim di Borsa Italiana, settore riservato alle Pmi con alto potenziale di crescita. Bresciaoggi, peraltro rinnovato nella sua veste grafica, crede nel valore del lavoro e delle imprese, dedicando questo spazio al racconto del vasto patrimonio di idee e intraprese che rendono la provincia un humus a supporto di una straordinaria presenza imprenditoriale. Una terra ricca e laboriosa con settori come il manifatturiero, l'edile e il terziario, conosciuti e apprezzati a livello nazionale e in molti casi anche all'estero. La pagina racconta le imprese che si distinguono per dinamismo approfondendo, i temi legati a innovazione, ricerca, manifattura 4.0, start-up. Attenzione specifica è riservata al green e al digital, temi fondamentali per l'Unione Europea, che li ha inseriti quali elementi prioritari nel programma 2021 - 2027. Buona lettura!

© RIPRODUZIONE RISERVATA

https://www.bresciaoggi.it/argomenti/economia/promotica-le-emozioni-per-il-business-futuro-1.8498670?refresh_ce

Promotica, le emozioni per il business futuro



Il leader Diego Toscani, fondatore, presidente e amministratore delegato di Promotica spa: la società dal novembre scorso è quotata sull'Aim in Borsa

•• Lavorare sulle emozioni applicando l'intelligenza artificiale per trasformare i sogni di un bambino, affascinato dalle figurine da raccogliere per completare i cataloghi premio, in una solida azienda che guarda al futuro. Parliamo di Promotica spa di Desenzano del Garda, società innovativa e da pochi mesi protagonista di un passaggio strategico: dal 27 novembre scorso è quotata - ultima bresciana, in ordine cronologico, approvata a Piazza Affari - sul mercato Aim Italia di Borsa Italiana, dedicato alle Pmi ad alto potenziale di crescita. Ha chiuso il 2019 con ricavi per 37 milioni di euro e un utile di 2,2 milioni. Il fondatore, Diego Toscani, è il presidente e amministratore delegato della spa. Davvero la sua impresa nasce per dare concretezza ai sogni di quando era un bambino vivace e fantasioso? «È andata proprio così», risponde. Si spieghi meglio. (...)