Testata: DISTRIBUZIONE MODERNA	Data: 7 maggio 2021
Frequenza: Online	Pagina: //

https://distribuzionemoderna.info/news/promotica-presenta-la-campagna-di-fidelizzazione-per-cash-and-carry-insegna-del-gruppo-selex

Promotica presenta la campagna di fidelizzazione per Cash & Carry (Selex)

Promotica comunica l'avvio della campagna di fidelizzazione per Cash & Carry, insegna parte di Selex Gruppo Commerciale, dedicata alla vendita all'ingrosso.

La campagna, del valore totale di oltre € 1 milione, è una raccolta punti a catalogo valida nei 68 punti vendita dell'insegna, distribuiti in 9 regioni da nord a centro-sud del Paese. Fino al 30 gennaio 2022 i clienti professionali di Cash & Carry potranno collezionare un punto elettronico ogni 25 euro spesi, a cui si sommeranno punti doppi o aggiuntivi previsti in determinati periodi e legati all'acquisto dei cosiddetti "prodotti Jolly".

Il catalogo 2021 comprende una varietà di premi destinati ad utilizzo sia personale che professionale: prodotti per la propria attività, per la casa, il tempo libero, la cura della persona, accessori per il viaggio, complementi d'arredo ed articoli tecnologici, solo per citarne alcuni. Particolare attenzione è stata posta nell'inserimento di prodotti made in Italy e realizzati dalle principali realtà artigianali del nostro Paese.

Cliente dell'operazione promozionale è l'insegna Cash & Carry, format distributivo dedicato alla vendita all'ingrosso per una clientela professionale, caratterizzato da una vasta offerta commerciale altamente competitiva in termini di qualità-prezzo. Cash & Carry è parte di Selex Gruppo commerciale, presente in tutta Italia con 3.207 punti vendita facenti capo anche ai marchi A&O, Famila e molteplici insegne regionali e locali. A gennaio 2021, il Selex Gruppo Commerciale è diventato il secondo attore della Dmo nazionale, in seguito all'entrata dei soci del Consorzio Sun, evento che gli ha permesso di raggiungere una quota di mercato superiore al 13%.

Testata: Bresciaoggi	Data: 6 maggio 2021
Frequenza: Quotidiano	Pagina: 27

LA QUOTATA La spa di Desenzano del Garda

Promotica per «Selex» L'intesa supera il milione

Promotica spa di Desenzano del Garda, agenzia loyalty specializzata nella realizzazione di soluzioni marketing atte ad aumentare le vendite, la fidelizzazione e la brand advocacy, comunica l'avvio della campagna di fidelizzazione per Cash & Carry, insegna parte di Selex Gruppo Commerciale, dedicata alla vendita all'ingrosso.

Diego Toscani *guida Promotica*

L'accordo, del valore totale di oltre 1 milione di euro, si concretizza in una raccolta punti a catalogo valida nei 68 punti vendita dell'insegna, distribuiti in 9 regioni dal Nord all'area Centro-Sud del Paese. «Tra le diverse tipologie di attività loyalty di cui ci occupiamo, la realizzazione e gestione dei cataloghi premi è centrale - sottolinea Diego Toscani, amministratore delegato della spa quotata in Borsa -. Iniziare il mese di maggio proprio con la presentazione del catalogo 2021 per Cash & Carry è dunque motivo di orgoglio, trattandosi del principale investimento in fidelizzazione di un'insegna ad alto tasso di crescita, parte di Selex Gruppo Commerciale, il secondo attore del settore della grande distribuzione organizzata in Italia. Questa campagna è un banco di prova, un'ulteriore opportunità per dimostrare la competenza in ambito loyalty».

©RIPRODUZIONE RISERVATA

Testata: GIORNALE DI BRESCIA

Data: 6 maggio 2021

Frequenza: Quotidiano

Pagina: 31

A Promotica la campagna di fidelizzazione di Selex

La commessa

BRESCIA. Promotica si occuperà della campagna di fidelizzazione dei «Cash & Carry» di Selex Gruppo Commerciale, dedicati alla vendita all'ingrosso.

L'operazione, spiega una nota della società di Desenzano quotata sull'Aim di Borsa Italiana, ha valore complessivo di oltre 1 milione di euro e prevede una raccolta punti a catalogo valida nei 68 punti vendita dell'insegna, distribuiti in 9 regioni da nord a centro-sud del Paese. Nello specifico, fino al 30 gennaio 2022 i clienti professionali di «Cash & Carry» potranno collezionare un punto elettronico ogni 25 euro spesi, a cui si sommeranno punti doppi o aggiuntivi previsti in determinati periodi e legati all'acquisto dei cosiddetti «prodotti Jolly».

L'a.d. Diego Toscani

«Tra le diverse tipologie di attività loyalty di cui ci occupiamo - ha aggiunto l'a.d. di Promotica Diego Toscani - la realizzazione e gestione dei cataloghi premi è centrale. Iniziare il mese di maggio proprio con la presentazione del catalogo 2021 per Cash & Carry è dunque motivo di orgoglio, trattandosi del principale investimento in fidelizzazione di un'insegna ad alto tasso di crescita, parte di Selex Gruppo Commerciale, il secondo attore del settore Gdo in Italia. Questa campagna - ha aggiunto il bresciano - è per noi un banco di prova, un'ulteriore opportunità per dimostrare la nostra competenza in ambito loyalty». Cash & Carry è parte di Selex Gruppo Commerciale, presente in tutta Italia con 3.207 punti vendita facenti capo anche ai marchi A&O, Famila e molteplici insegne regionali e locali. A gennaio 2021, il Selex Gruppo Commerciale è diventato il secondo attore della Dmo nazionale, in seguito all'entrata dei soci del Consorzio Sun, evento che gli ha permesso di raggiungere una quota di mercato superiore al 13%. //

Promotica: lancia campagna fidelizzazione Cash&Carry

MILANO (MF-DJ)--Promotica avvia la campagna di fidelizzazione per Cash&Carry, insegna parte di Selex Gruppo Commerciale, dedicata alla vendita all'ingrosso. La campagna, del valore totale di oltre 1 milione euro, spiega una nota, e' una raccolta punti a catalogo valida nei 68 punti vendita dell'insegna, distribuiti in 9 regioni da nord a centro-sud del Paese. Fino al 30 gennaio 2022 i clienti professionali di Cash&Carry potranno collezionare un punto elettronico ogni 25 euro spesi, a cui si sommeranno punti doppi o aggiuntivi previsti in determinati periodi e legati all'acquisto dei cosiddetti "prodotti Jolly". L'a.d. Diego Toscani ha commentato: "tra le diverse tipologie di attivita' loyalty di cui ci occupiamo, la realizzazione e gestione dei cataloghi premi e' centrale. Iniziare il mese di maggio proprio con la presentazione del catalogo 2021 per Cash&Carry e' dunque motivo di orgoglio, trattandosi del principale investimento in fidelizzazione di un'insegna ad alto tasso di crescita, parte di Selex Gruppo Commerciale, il secondo attore del settore GDO in Italia. Questa campagna e' per noi un banco di prova, un'ulteriore opportunita' per dimostrare la nostra competenza in ambito loyalty. Un progetto importante anche per i valori che mette al centro, l'italianita' in primis, con l'inserimento a catalogo di numerosi prodotti Made in Italy e che portano alla ribalta le eccellenze del nostro artigianato". com/lab MF-DJ NEWS

Testata:	Data: 5 maggio 2021
Frequenza: Online	Pagina: //

https://marketinsight.it/2021/05/05/promotica-aim-lancia-campagna-di-fidelizzazione-per-cash-carry/

PROMOTICA (AIM) – LANCIA CAMPAGNA DI FIDELIZZAZIONE PER CASH & CARRY

05/05/2021 9:00

Promotica ha avviato la campagna di fidelizzazione per Cash & Carry, insegna parte di Selex Gruppo Commerciale, dedicata alla vendita all'ingrosso.

La campagna, del valore totale di oltre 1 milione, è una raccolta punti a catalogo valida nei 68 punti vendita dell'insegna, distribuiti in 9 regioni da nord a centro-sud del Paese.

Promotica ha offerto al cliente il massimo supporto durante ogni fase della campagna promozionale, occupandosi in prima persona della gestione globale della campagna, dalla fase iniziale di ideazione fino alla fase operativa.

Testata: websim.it	Data: 5 maggio 2021
Frequenza: Online	Pagina: //

https://www.websim.it/articoli-websim/promotica-2-avvia-la-campagna-per-cash-carry/50aa1fxbf316147d19534d69e7c879d1d.wsml

PROMOTICA +2% Avvia la campagna per Cash & Carry

> Il cliente è presente in tutta Italia con 3.207 punti vendita facenti capo anche ai marchi A&O, Famila e molteplici insegne regionali e locali

Promotica [PMTI.MI] è un'agenzia loyalty specializzata nella realizzazione di soluzioni marketing atte ad aumentare le vendite, la fidelizzazione e la brand advocacy. Il titolo è in rialzo del +2% a 2,44 euro.

Promotica ha avviato la campagna di fidelizzazione per Cash & Carry, insegna parte di Selex Gruppo Commerciale, dedicata alla vendita all'ingrosso.

La campagna, del valore totale di oltre 1 milione di euro, è una raccolta punti a catalogo valida nei 68 punti vendita dell'insegna, distribuiti in 9 regioni da nord a centro-sud del Paese.

Fino al 30 gennaio 2022, i clienti professionali di Cash & Carry potranno collezionare un punto elettronico ogni 25 euro spesi, a cui si sommeranno punti doppi o aggiuntivi previsti in determinati periodi e legati all'acquisto dei cosiddetti "prodotti Jolly".

Cash & Carry è parte di Selex Gruppo Commerciale, presente in tutta Italia con 3.207 punti vendita facenti capo anche ai marchi A&O, Famila e molteplici insegne regionali e locali. A gennaio 2021, il Selex Gruppo Commerciale è diventato il secondo attore della DMO nazionale, in seguito all'entrata dei soci del Consorzio SUN, evento che gli ha permesso di raggiungere una quota di mercato superiore al 13%.

Diego Toscani, Amministratore Delegato di Promotica, ha così commentato: "Tra le diverse tipologie di attività loyalty di cui ci occupiamo, la realizzazione e gestione dei cataloghi premi è centrale. Iniziare il mese di maggio proprio con la presentazione del catalogo 2021 per Cash & Carry è dunque motivo di orgoglio, trattandosi del principale investimento in fidelizzazione di un'insegna ad alto tasso di crescita, parte di Selex Gruppo Commerciale, il secondo attore del settore GDO in Italia".

Testata: FTA OnLine Financial . Trend . Analysis	**Data**: 5 maggio 2021
Frequenza: Online	**Pagina: //**

https://www.ftaonline.com/news/promotica-presenta-la-campagna-di-fidelizzazione-cash-carry-insegna-del-gruppo-selex

Promotica presenta la campagna di fidelizzazione per Cash & Carry, insegna del Gruppo Selex

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 l'avvio della campagna di fidelizzazione per Cash & Carry, insegna parte di Selex Gruppo Commerciale, dedicata alla vendita all'ingrosso. La campagna, del valore totale di oltre € 1 milione, è una raccolta punti a catalogo valida nei 68 punti vendita dell'insegna, distribuiti in 9 regioni da nord a centro-sud del Paese. Fino al 30 gennaio 2022 i clienti professionali di Cash & Carry potranno collezionare un punto elettronico ogni 25 euro spesi, a cui si sommeranno punti doppi o aggiuntivi previsti in determinati periodi e legati all'acquisto dei cosiddetti "prodotti Jolly". Il catalogo 2021 comprende una varietà di premi destinati ad utilizzo sia personale che professionale: prodotti per la propria attività, per la casa, il tempo libero, la cura della persona, accessori per il viaggio, complementi d'arredo ed articoli tecnologici, solo per citarne alcuni. Particolare attenzione è stata posta nell'inserimento di prodotti Made in Italy e realizzati dalle principali realtà artigianali del nostro Paese. Cliente dell'operazione promozionale è l'insegna Cash & Carry, format distributivo dedicato alla vendita all'ingrosso per una clientela professionale, caratterizzato da una vasta offerta commerciale altamente competitiva in termini di qualità-prezzo. Cash & Carry è parte di Selex Gruppo Commerciale, presente in tutta Italia con 3.207 punti vendita facenti capo anche ai marchi A&O, Famila e molteplici insegne regionali e locali. A gennaio 2021, il Selex Gruppo Commerciale è diventato il secondo attore della DMO nazionale, in seguito all'entrata dei soci del Consorzio SUN, evento che gli ha permesso di raggiungere una quota di mercato superiore al 13%. Promotica, grazie alla sua consolidata esperienza nel settore loyalty, ha offerto al cliente il massimo supporto durante ogni fase della campagna promozionale, occupandosi in prima persona della gestione globale della campagna, dalla fase iniziale di ideazione fino alla fase operativa. Diego Toscani, Amministratore Delegato di Promotica, ha così commentato: "Tra le diverse tipologie di attività loyalty di cui ci occupiamo, la realizzazione e gestione dei cataloghi premi è centrale. Iniziare il mese di maggio proprio con la presentazione del catalogo 2021 per Cash & Carry è dunque motivo di orgoglio, trattandosi del principale investimento in fidelizzazione di un'insegna ad alto tasso di crescita, parte di Selex Gruppo Commerciale, il secondo attore del settore GDO in Italia. Questa campagna è per noi un banco di prova, un'ulteriore opportunità per dimostrare la nostra competenza in ambito loyalty. Un progetto importante anche per i valori che mette al centro, l'italianità in primis, con l'inserimento a catalogo di numerosi prodotti Made in Italy e che portano alla ribalta le eccellenze del nostro artigianato".

Testata: Trend online	Data: 5 maggio 2021
Frequenza: Online	Pagina: //

https://www.trend-online.com/borsa/promotica-presenta-la-campagna-di-fidelizzazione-per-cash-carryinsegna-del-gruppo-selex-412776/

Promotica presenta la campagna di fidelizzazione per Cash & Carry, insegna del Gruppo Selex

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 l'avvio della campagna di fidelizzazione per Cash & Carry, insegna parte di Selex Gruppo Commerciale, dedicata alla vendita all'ingrosso. La campagna, del valore totale di oltre € 1 milione, è una raccolta punti a catalogo valida nei 68 punti vendita dell'insegna, distribuiti in 9 regioni da nord a centro-sud del Paese. Fino al 30 gennaio 2022 i clienti professionali di Cash & Carry potranno collezionare un punto elettronico ogni 25 euro spesi, a cui si sommeranno punti doppi o aggiuntivi previsti in determinati periodi e legati all'acquisto dei cosiddetti "prodotti Jolly". Il catalogo 2021 comprende una varietà di premi destinati ad utilizzo sia personale che professionale: prodotti per la propria attività, per la casa, il tempo libero, la cura della persona, accessori per il viaggio, complementi d'arredo ed articoli tecnologici, solo per citarne alcuni. Particolare attenzione è stata posta nell'inserimento di prodotti Made in Italy e realizzati dalle principali realtà artigianali del nostro Paese. Cliente dell'operazione promozionale è l'insegna Cash & Carry, format distributivo dedicato alla vendita all'ingrosso per una clientela professionale, caratterizzato da una vasta offerta commerciale altamente competitiva in termini di qualità-prezzo. Cash & Carry è parte di Selex Gruppo Commerciale, presente in tutta Italia con 3.207 punti vendita facenti capo anche ai marchi A&O, Famila e molteplici insegne regionali e locali. A gennaio 2021, il Selex Gruppo Commerciale è diventato il secondo attore della DMO nazionale, in seguito all'entrata dei soci del Consorzio SUN, evento che gli ha permesso di raggiungere una quota di mercato superiore al 13%. Promotica, grazie alla sua consolidata esperienza nel settore loyalty, ha offerto al cliente il massimo supporto durante ogni fase della campagna promozionale, occupandosi in prima persona della gestione globale della campagna, dalla fase iniziale di ideazione fino alla fase operativa. Diego Toscani, Amministratore Delegato di Promotica, ha così commentato: "Tra le diverse tipologie di attività loyalty di cui ci occupiamo, la realizzazione e gestione dei cataloghi premi è centrale. Iniziare il mese di maggio proprio con la presentazione del catalogo 2021 per Cash & Carry è dunque motivo di orgoglio, trattandosi del principale investimento in fidelizzazione di un'insegna ad alto tasso di crescita, parte di Selex Gruppo Commerciale, il secondo attore del settore GDO in Italia. Questa campagna è per noi un banco di prova, un'ulteriore opportunità per dimostrare la nostra competenza in ambito loyalty. Un progetto importante anche per i valori che mette al centro, l'italianità in primis, con l'inserimento a catalogo di numerosi prodotti Made in Italy e che portano alla ribalta le eccellenze del nostro artigianato".

Testata: TRADERLINK	Data: 5 maggio 2021
Frequenza: Online	Pagina: //

https://www.traderlink.it/notizie/news-trend-online/promotica-presenta-la-campagna-di-fidelizzazione-per-cash-amp-carry-insegna-del-gruppo-selex_21125QSRFXAPLXV

Promotica presenta la campagna di fidelizzazione per Cash & Carry, insegna del Gruppo Selex

05/05/2021 11:40

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 l'avvio della campagna di fidelizzazione per Cash & Carry, insegna parte di Selex Gruppo Commerciale, dedicata alla vendita all'ingrosso.
La campagna, del valore totale di oltre € 1 milione, è una raccolta punti a catalogo valida nei 68 punti vendita dell'insegna, distribuiti in 9 regioni da nord a centro-sud del Paese. Fino al 30 gennaio 2022 i clienti professionali di Cash & Carry potranno collezionare un punto elettronico ogni 25 euro spesi, a cui si sommeranno punti doppi o aggiuntivi previsti in determinati periodi e legati all'acquisto dei cosiddetti "prodotti Jolly".

Il catalogo 2021 comprende una varietà di premi destinati ad utilizzo sia personale che professionale: prodotti per la propria attività, per la casa, il tempo libero, la cura della persona, accessori per il viaggio, complementi d'arredo ed articoli tecnologici, solo per citarne alcuni. Particolare attenzione è stata posta nell'inserimento di prodotti Made in Italy e realizzati dalle principali realtà artigianali del nostro Paese.
Cliente dell'operazione promozionale è l'insegna Cash & Carry, format distributivo dedicato alla vendita all'ingrosso per una clientela professionale, caratterizzato da una vasta offerta commerciale altamente competitiva in termini di qualità-prezzo. Cash & Carry è parte di Selex Gruppo Commerciale, presente in tutta Italia con 3.207 punti vendita facenti capo anche ai marchi A&O, Famila e molteplici insegne regionali e locali.

A gennaio 2021, il Selex Gruppo Commerciale è diventato il secondo attore della DMO nazionale, in seguito all'entrata dei soci del Consorzio SUN, evento che gli ha permesso di raggiungere una quota di mercato superiore al 13%. Promotica, grazie alla sua consolidata esperienza nel settore loyalty, ha offerto al cliente il massimo supporto durante ogni fase della campagna promozionale, occupandosi in prima persona della gestione globale della campagna, dalla fase iniziale di ideazione fino alla fase operativa.

Diego Toscani, Amministratore Delegato di Promotica, ha così commentato: "Tra le diverse tipologie di attività loyalty di cui ci occupiamo, la realizzazione e gestione dei cataloghi premi è centrale. Iniziare il mese di maggio proprio con la presentazione del catalogo 2021 per Cash & Carry è dunque motivo di orgoglio, trattandosi del principale investimento in fidelizzazione di un'insegna ad alto tasso di crescita, parte di Selex Gruppo Commerciale, il secondo attore del settore GDO in Italia.

Questa campagna è per noi un banco di prova, un'ulteriore opportunità per dimostrare la nostra competenza in ambito loyalty. Un progetto importante anche per i valori che mette al centro, l'italianità in primis, con l'inserimento a catalogo di numerosi prodotti Made in Italy e che portano alla ribalta le eccellenze del nostro artigianato".

Testata: MK	Data: 5 maggio 2021
Frequenza: Online	Pagina: //

https://www.mediakey.tv/news/archivio-news/leggi-news/promotica-presenta-la-campagna-di-fidelizzazione-per-cash-carry-insegna-del-gruppo-selex

Promotica presenta la campagna di fidelizzazione per Cash & Carry, insegna del Gruppo Selex

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 l'avvio della campagna di fidelizzazione per Cash & Carry, insegna parte di Selex Gruppo Commerciale, dedicata alla vendita all'ingrosso. La campagna, del valore totale di oltre € 1 milione, è una raccolta punti a catalogo valida nei 68 punti vendita dell'insegna, distribuiti in 9 regioni da nord a centro-sud del Paese. Fino al 30 gennaio 2022 i clienti professionali di Cash & Carry potranno collezionare un punto elettronico ogni 25 euro spesi, a cui si sommeranno punti doppi o aggiuntivi previsti in determinati periodi e legati all'acquisto dei cosiddetti "prodotti Jolly".

Il catalogo 2021 comprende una varietà di premi destinati ad utilizzo sia personale che professionale: prodotti per la propria attività, per la casa, il tempo libero, la cura della persona, accessori per il viaggio, complementi d'arredo ed articoli tecnologici, solo per citarne alcuni. Particolare attenzione è stata posta nell'inserimento di prodotti Made in Italy e realizzati dalle principali realtà artigianali del nostro Paese.

Cliente dell'operazione promozionale è l'insegna Cash & Carry, format distributivo dedicato alla vendita all'ingrosso per una clientela professionale, caratterizzato da una vasta offerta commerciale altamente competitiva in termini di qualità-prezzo. Cash & Carry è parte di Selex Gruppo Commerciale, presente in tutta Italia con 3.207 punti vendita facenti capo anche ai marchi A&O, Famila e molteplici insegne regionali e locali. A gennaio 2021, il Selex Gruppo Commerciale è diventato il secondo attore della DMO nazionale, in seguito all'entrata dei soci del Consorzio SUN, evento che gli ha permesso di raggiungere una quota di mercato superiore al 13%.

Promotica, grazie alla sua consolidata esperienza nel settore loyalty, ha offerto al cliente il massimo supporto durante ogni fase della campagna promozionale, occupandosi in prima persona della gestione globale della campagna, dalla fase iniziale di ideazione fino alla fase operativa.

Diego Toscani, Amministratore Delegato di Promotica, ha così commentato: "Tra le diverse tipologie di attività loyalty di cui ci occupiamo, la realizzazione e gestione dei cataloghi premi è centrale. Iniziare il mese di maggio proprio con la presentazione del catalogo 2021 per Cash & Carry è dunque motivo di orgoglio, trattandosi del principale investimento in fidelizzazione di un'insegna ad alto tasso di crescita, parte di Selex Gruppo Commerciale, il secondo attore del settore GDO in Italia. Questa campagna è per noi un banco di prova, un'ulteriore opportunità per dimostrare la nostra competenza in ambito loyalty. Un progetto importante anche per i valori che mette al centro, l'italianità in primis, con l'inserimento a catalogo di numerosi prodotti Made in Italy e che portano alla ribalta le eccellenze del nostro artigianato".

Testata: GDOWEEK	Data: 5 maggio 2021
Frequenza: Online	Pagina: //

https://www.gdoweek.it/cash-and-carry-selex-lancia-la-campagna-di-fidelizzazione/

Cash and Carry (Selex) lancia la campagna di fidelizzazione

Nei 68 punti di vendita dell'insegna **Cash and Carry**, insegna parte di **Selex** Gruppo Commerciale dedicata alla vendita all'ingrosso, sarà disponibile la raccolta punti a catalogo sviluppata da Promotica spa, agenzia loyalty specializzata nella realizzazione di soluzioni marketing atte ad aumentare le vendite, la fidelizzazione e la brand advocacy, che per la catena ha studiato la nuova campagna del valore totale di oltre 1 milione.

I clienti professionali degli store, dislocati in 9 regioni da nord a centro-sud del Paese, potranno collezionare, fino al 30 gennaio 2022, un punto elettronico ogni 25 euro spesi, a cui si sommeranno punti doppi o aggiuntivi previsti in determinati periodi e legati all'acquisto dei cosiddetti prodotti Jolly.

"Tra le diverse tipologie di attività loyalty di cui ci occupiamo, la realizzazione e gestione dei cataloghi premi è centrale -afferma **Diego Toscani, amministratore delegato di Promotica-.** *Iniziare il mese di maggio proprio con la presentazione del catalogo 2021 per Cash & Carry è dunque motivo di orgoglio, trattandosi del principale investimento in fidelizzazione di un'insegna ad alto tasso di crescita. Questa campagna è per noi un banco di prova, un'ulteriore opportunità per dimostrare la nostra competenza in ambito loyalty. Un progetto importante anche per i valori che mette al centro, l'italianità in primis, con l'inserimento a catalogo di numerosi prodotti Made in Italy e che portano alla ribalta le eccellenze del nostro artigianato".*

I premi

Il catalogo 2021 comprende una varietà di premi destinati ad utilizzo sia personale che professionale: prodotti per la propria attività, per la casa, il tempo libero, la cura della persona, accessori per il viaggio, complementi d'arredo ed articoli tecnologici, solo per citarne alcuni. Particolare attenzione è stata posta nell'inserimento di prodotti Made in Italy e realizzati dalle principali realtà artigianali del nostro Paese.

Testata: quibrescia.it dal 1999 il primo quotidiano online di Brescia e Provincia	**Data**: 5 maggio 2021
Frequenza: Online	**Pagina: //**

https://www.quibrescia.it/imprese/2021/05/05/promotica-campagna-per-cash-carry-da-oltre-un-milione-di-euro/583968/

Promotica, campagna per Cash & Carry da oltre un milione di euro

(red.) **Promotica** spa, agenzia loyalty specializzata nella realizzazione di soluzioni marketing atte ad aumentare le vendite, la fidelizzazione e la brand advocacy – comunica l'avvio della campagna di fidelizzazione per **Cash & Carry,** insegna parte di Selex Gruppo Commerciale, dedicata alla vendita all'ingrosso.

La campagna, del valore totale di oltre un milione, è una raccolta punti a catalogo valida nei 68 punti vendita dell'insegna, distribuiti in 9 regioni da nord a centro-sud del Paese. Fino al 30 gennaio 2022 i clienti professionali di Cash & Carry potranno collezionare un punto elettronico ogni 25 euro spesi, a cui si sommeranno punti doppi o aggiuntivi previsti in determinati periodi e legati all'acquisto dei cosiddetti "prodotti Jolly".

Il catalogo 2021 comprende una varietà di premi destinati ad utilizzo sia personale che professionale: prodotti per la propria attività, per la casa, il tempo libero, la cura della persona, accessori per il viaggio, complementi d'arredo ed articoli tecnologici, solo per citarne alcuni. Particolare attenzione è stata posta nell'inserimento di prodotti Made in Italy e realizzati dalle principali realtà artigianali del nostro Paese.

Cliente dell'operazione promozionale è l'insegna Cash & Carry, format distributivo dedicato alla vendita all'ingrosso per una clientela professionale, caratterizzato da una vasta offerta commerciale altamente competitiva in termini di qualità-prezzo. Cash & Carry è parte di Selex Gruppo Commerciale, presente in tutta Italia con 3.207 punti vendita facenti capo anche ai marchi A&O, Famila e molteplici insegne regionali e locali. A gennaio 2021, il Selex Gruppo Commerciale è diventato il secondo attore della DMO nazionale, in seguito all'entrata dei soci del Consorzio SUN, evento che gli ha permesso di raggiungere una quota di mercato superiore al 13%.

Promotica, grazie alla sua consolidata esperienza nel settore loyalty, ha offerto al cliente il massimo supporto durante ogni fase della campagna promozionale, occupandosi in prima persona della gestione globale della campagna, dalla fase iniziale di ideazione fino alla fase operativa.

Diego Toscani, Amministratore Delegato di Promotica, ha così commentato: *"Tra le diverse tipologie di attività loyalty di cui ci occupiamo, la realizzazione e gestione dei cataloghi premi è centrale. Iniziare il mese di maggio proprio con la presentazione del catalogo 2021 per Cash & Carry è dunque motivo di orgoglio, trattandosi del principale investimento in fidelizzazione di un'insegna ad alto tasso di crescita, parte di Selex Gruppo Commerciale, il secondo attore del settore GDO in Italia. Questa campagna è per noi un banco di prova, un'ulteriore opportunità per dimostrare la nostra competenza in ambito loyalty. Un progetto importante anche per i valori che mette al centro, l'italianità in primis, con l'inserimento a catalogo di numerosi prodotti Made in Italy e che portano alla ribalta le eccellenze del nostro artigianato".*

Testata: TGCOM24	Data: 5 maggio 2021
Frequenza: Online	Pagina: //

http://finanza.tgcom24.mediaset.it/news/dettaglio_news.asp?id=202105051940071043&chkAgenzie=PMFNW&sez=news&testo=%22promotica%22&titolo=Promotica:%20lancia%20campagna%20fidelizzazione%20Cash&Carry

PROMOTICA: LANCIA CAMPAGNA FIDELIZZAZIONE CASH&CARRY

05/05/2021 19:07

MILANO (MF-DJ)--Promotica avvia la campagna di fidelizzazione per Cash&Carry, insegna parte di Selex Gruppo Commerciale, dedicata alla vendita all'ingrosso. La campagna, del valore totale di oltre 1 milione euro, spiega una nota, e' una raccolta punti a catalogo valida nei 68 punti vendita dell'insegna, distribuiti in 9 regioni da nord a centro-sud del Paese. Fino al 30 gennaio 2022 i clienti professionali di Cash&Carry potranno collezionare un punto elettronico ogni 25 euro spesi, a cui si sommeranno punti doppi o aggiuntivi previsti in determinati periodi e legati all'acquisto dei cosiddetti "prodotti Jolly". L'a.d. Diego Toscani ha commentato: "tra le diverse tipologie di attivita' loyalty di cui ci occupiamo, la realizzazione e gestione dei cataloghi premi e' centrale. Iniziare il mese di maggio proprio con la presentazione del catalogo 2021 per Cash&Carry e' dunque motivo di orgoglio, trattandosi del principale investimento in fidelizzazione di un'insegna ad alto tasso di crescita, parte di Selex Gruppo Commerciale, il secondo attore del settore GDO in Italia. Questa campagna e' per noi un banco di prova, un'ulteriore opportunita' per dimostrare la nostra competenza in ambito loyalty. Un progetto importante anche per i valori che mette al centro, l'italianita' in primis, con l'inserimento a catalogo di numerosi prodotti Made in Italy e che portano alla ribalta le eccellenze del nostro artigianato". com/lab MF-DJ NEWS