

Data: 6 luglio 2021

Frequenza: Online

Pagina: //

https://distribuzionemoderna.info/news/promotica-presenta-tre-campagne-per-le-associate-di-coop

Promotica presenta tre campagne per le associate di Coop



Promotica comunica il lancio di tre nuove campagne di fidelizzazione per il Gruppo Coop Centro Italia, Coop Consorzio Nord Ovest ed Unicoop Firenze. Le tre operazioni, del valore complessivo di 6,8 milioni di Euro, rinnovano la collaborazione di Promotica con le associate dell'insegna Coop: fil rouge delle campagne è la valorizzazione dei prodotti artigianali e Made in Italy, realizzati da aziende manifatturiere che rappresentano l'eccellenza della filiera produttiva del nostro Paese.



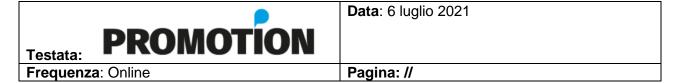
In dettaglio, la prima operazione è una short-collection dal titolo "Armonia del Buongusto", dedicata a tutti i clienti del Gruppo Coop Centro Italia, che potranno collezionare le ceramiche artigianali per la tavola firmate De Silva, azienda umbra specializzata nella produzione di articoli in terracotta.

La campagna commissionata da Coop Consorzio Nord Ovest, invece, rientra nella tipologia self-liquidating e prevede il collezionamento di una linea di accessori per la tavola del brand Easy Life, azienda manifatturiera bresciana.

La terza operazione, infine, è una short-collection realizzata per Unicoop Firenze, cooperativa che conta 106 punti vendita collocati in sette province della Toscana,. L'operazione è dedicata anche ai clienti dei supermercati doc* Roma, un'insegna nata nel 2010 dalla volontà di Unicoop Firenze, che comprende 14 punti vendita posizionati in vari quartieri della città di Roma.

I premi della linea "Colora la tua tavola" sono articoli in ceramica firmati dalla storica azienda manifatturiera Brandani, realizzati nel cuore dell'Italia e decorati a mano.





https://www.promotionmagazine.it/2021/07/06/coop-centro-italia-nord-ovest-e-unicoop-lanciano-tre-campagne-che-valorizzano-il-made-in-italy/

Coop Centro Italia, Nord Ovest e Unicoop lanciano tre campagne che valorizzano il made in Italy



a valorizzazione dei prodotti artigianali italiani, realizzati da aziende che rappresentano l'eccellenza della filiera produttiva del nostro paese è al centro di tre iniziative promozionali attivate a giugno dalle associate di Coop – Coop Centro Italia, Coop Consorzio Nord Ovest e Unicoop Firenze – grazie al supporto dell'agenzia Promotica.

La short collection "Armonia del buongusto" del Gruppo Coop Centro Italia, invita i clienti a collezionare le ceramiche artigianali per la tavola firmate De Silva, azienda umbra specializzata nella produzione di articoli in terracotta.

La self liquidating di **Coop Consorzio Nord Ovest** prevede invece come premio la linea di accessori per la tavola del brand bresciano **Easy Life**, e i reward della short collection "**Colora la tua tavola**" di **Unicoop Firenze** sono gli articoli in ceramica decorati a mano di **Brandani**, storica azienda manifatturiera del centro Italia.





Diego Toscani, amministratore delegato di Promotica

"Le tre operazioni avviate nel mese di giugno – ha detto **Diego Toscani, amministratore delegato di Promotica** – sono importanti perché rinsaldano la nostra storica relazione con Coop, uno dei maggiori attori della distribuzione a livello nazionale, che è da anni il nostro principale cliente. La collaborazione con le insegne Coop ha poi una rilevanza strategica nel nostro piano di crescita futura: come dichiarato in fase di quotazione, miriamo infatti a consolidare il nostro fatturato attraverso le short collection storicamente realizzate per questo cliente, facendo leva su una relazione di lungo termine con le cooperative e beneficiando della diversificazione territoriale delle stesse, che consente una riduzione del rischio. Vorrei infine sottolineare il fatto che le linee di premi scelte per

le operazioni sono un esempio di made in Italy di qualità, portando così alla ribalta le eccellenze del nostro artigianato".



Data: 3 luglio 2021

Testata:

Frequenza: Quotidiano

Pagina: 20

Milano -0,01%. Vendite sui titoli bancari. L'euro scende a 1,1823\$

Mercati deboli in Europa

Wall Street in crescita dopo i dati Usa sul lavoro

DI GIACOMO BERBENNI

eduta debole per le borse europee, in territorio negativo tranne quella tedesca. A Milano il Ftse Mib ha chiuso poco sotto la parità (-0,01% a 25.282 punti). Hanno prevalso le vendite anche a Parigi (-0.08%) e Londra (-0.07%), mentre Francoforte ha guadagnato lo 0,22%. A New York il Dow Jones e il Nasdaq avanzavano rispettivamente dello $0,\!22$ e dello $0,\!45\%$ dopo i dati sul mercato del lavoro. In giugno sono stati creati 850 mila posti nei settori non agricoli, oltre il consenso degli economisti. Il tasso di disoccupazione si è invece attestato al 5,9%, facendo peggio del previ-

Lo spread Btp-Bund è rimasto pressoché stabile a 101. «Abbiamo convenuto di mantenere una politica monetaria accomodante almeno fino a marzo 2022, e comunque fino a quando non giudicheremo finita la fase di crisi del coronavirus», ha ribadito in un'intervista il presidente della Bce, Christine Lagarde.

Intanto gli esperti di Candriam vedono un aumento incontrollato dei rendimenti obbligazionari fra i cinque principali rischi: «Alcuni indicatori statunitensi stanno già indicando un mercato del lavoro più forte. Se i dati dovessero sorprendere al rialzo nei prossimi report sull'occupazione, potremmo assistere a un picco dei rendimenti sia reali che



Paolo Bertoluzzo, a.d. di Nexi: il titolo è salito dell'1,44%

nominali».

A piazza Affari in luce Stm (+2,21%) e Atlantia (+1,16%). Ben comprata anche Nexi (+1,44% a 19 euro), su cui JP-Morgan ha avviato la copertura con raccomandazione overweight e prezzo obiettivo a 23

euro. Lettera sul comparto bancario: Unicredit -1,86%, Banco Bpm -1,56%, Bper -0,70%, Intesa Sanpaolo -0,83%, B.P.Sondrio -1,41%. Debole Mediobanca (-0,08%) dopo la notizia che Leonardo Del Vecchio, tramite Delfin, ha sottoscritto un contratto derivato per l'acquisto di un pacchetto di azioni che rappresenta il 3,5% del capitale dell'istituto, portando la partecipazione complessiva al 18,90%. Be (+4,58%) ha festeggiato l'accordo preliminare per l'acquisizione del 55% di una società svizzera.

Su Aim Italia ha strappato al rialzo Friulchem (+9,24%) che ha concluso l'acquisto di un ramo d'azienda della società francese Virbac. Bene anche Promotica (+5,35%) grazie al lancio di tre campagne di fidelizzazione per il gruppo Coop Centro Italia, Coop Consorzio Nord Ovest e Unicoop Firenze.

Nei cambi, l'euro ha perso terreno sul dollaro scendendo a 1,1823.

----- © Riproduzione riservata----



Testata: Bresciaoggi	Data: 3 luglio 2021
Frequenza: Quotidiano	Pagina: 25

L'INTESA Con tre campagne del valore di 6,8 milioni per le associate all'insegna della Gdo

Promotica-Coop, c'è sinergia

•• 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 il lancio di tre nuove campagne di fidelizzazione per Gruppo Coop Centro Italia, Coop Consorzio Nord Ovest e Unicoop Firenze. Hanno un valore complessivo di 6,8 milioni di euro e rinnovano la collaborazione della spa quotata sull'Aim di Borsa Italiana con le associate dell'insegna Coop. Fin dal 2011, la

società ha instaurato con loro relazioni di lungo termine, qualificandosi «come partner ideale per sviluppare campagne promozionali tailor made, con l'obiettivo di incrementare le vendite attraverso la fidelizzazione», spiega una nota.

Fil rouge delle iniziative è la valorizzazione dei prodotti artigianali e made in Italy. La prima è una short-collection dal titolo «Armonia del Buongusto», la seconda è invece della tipologia self-liquidating e prevede la collezione di una linea di accessori per la tavola del brand Easy Life, azienda manifatturiera bresciana. La terza operazione è una short-collection: i premi della linea «Colora la tuatavola» sono articoli in ceramica firmati dalla storica azienda manifatturiera Brandani.

«Le operazioni avviate nel mese di giugno sono importanti perché rinsaldano la nostra storica relazione con Coop, uno dei maggiori attori della grande distribuzione organizzata a livello nazionale, che è da anni il nostro principale cliente – sottolinea in

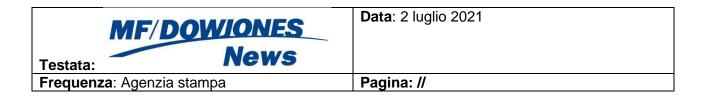


Diego Toscani guida Promotica

una nota Diego Toscani, alla guida del gruppo Promotica -. La collaborazione con le insegne Coop ha poi una rilevanza strategica nel nostro piano di crescita futura: come dichiarato in fase di quotazione, miriamo a consolidare il nostro fatturato attraverso le short-collection storicamente realizzate per questo cliente, facendo leva su una relazione di lungo termine con le cooperative e benefi-ciando della diversificazione territoriale delle stesse, che consente una riduzione del rischio. Inoltre, vorrei sottolineare il fatto che le linee di premi scelte per le operazioni sono un esempio di made in Italy di qualità, portando così alla ribalta le eccellenze dell'artigianato».

О присоидком извичи





Promotica: lancia 3 campagne fidelizzazione per Coop

MILANO (MF-DJ)--Promotica lancia tre nuove campagne di fidelizzazione per il Gruppo Coop Centro Italia, Coop Consorzio Nord Ovest ed Unicoop Firenze. Le tre operazioni, del valore complessivo di 6,8 milioni di euro, spiega una nota, rinnovano la collaborazione di Promotica con le associate dell'insegna Coop. Fin dal 2011, la Societa' ha infatti instaurato con le cooperative relazioni di lungo termine, qualificandosi come partner ideale per sviluppare campagne promozionali tailor made, con l'obiettivo di incrementare le vendite attraverso la fidelizzazione. Diego Toscani, Amministratore Delegato di Promotica, ha commentato: "le tre operazioni avviate nel mese di giugno sono importanti perche' rinsaldano la nostra storica relazione con Coop, uno dei maggiori attori della GDO a livello nazionale, che e' da anni il nostro principale cliente. La collaborazione con le insegne Coop ha poi una rilevanza strategica nel nostro piano di crescita futura: come dichiarato in fase di quotazione, miriamo infatti a consolidare il nostro fatturato attraverso le short-collection storicamente realizzate per questo cliente, facendo leva su una relazione di lungo termine con le cooperative e beneficiando della diversificazione territoriale delle stesse, che consente una riduzione del rischio. Vorrei infine sottolineare il fatto che le linee di premi scelte per le operazioni sono un esempio di Made in Italy di qualita', portando cosi' alla ribalta le eccellenze del nostro artigianato". com/lab MF-DJ

BORSA: avvio debole tra le piazze europee

MILANO (MF-DJ)--Partenza intorno alla parita' per l'azionario europeo, in attesa dei dati macro sul mercato del lavoro statunitense: Milano -0,09%, Parigi -0,01%, Francoforte +0,18%, Londra +0,08%. A piazza Affari in progresso Nexi (+1,15%) e Prysmian (+0,73%). In calo invece il settore bancario dopo i guadagni della vigilia: Bper -0,6%, Mediobanca -0,53%, Unicredit -0,41%, Intesa Sanpaolo -0,3%, Banco Bpm -0,07%, B.P.Sondrio -0,22%, B.Mps -0,13%. Focus poi sul comparto del lusso. Da segnalare in particolare che il Cda di S.Ferragamo (-0,36%) ha approvato l'accordo raggiunto con l'a.d. Micaela le Divelec Lemmi per la prosecuzione del rapporto di collaborazione fino al Cda del 7 settembre 2021, a margine della comunicazione della Relazione Semestrale, con dimissioni e cessazione a tale data dall'incarico di Consigliere e a.d. della societa' e di tutte le societa' del gruppo. A partire da tale data tutti i poteri esecutivi resteranno in capo al Vice Presidente, Michele Norsa. Sull'Aim poi in rialzo Promotica (+7,36%) e Maps (+3,61%). cm (fine) MF-DJ NEWS

COMMENTO AIM: indice debole, bene Promotica

MILANO (MF-DJ)--Partenza sotto la parita' per l'indice Aim, che segna -0,14% dopo i primi scambi. In rialzo Promotica (+10,7%), che ha lanciato tre nuove campagne di fidelizzazione per il Gruppo Coop Centro Italia, Coop Consorzio Nord Ovest ed Unicoop Firenze. Seguono Dominion H. (+3,77%) e Maps (+3,61%). In calo invece eVISO (-1,54%): il titolo e' salito del 5,28% ieri dopo che l'azienda ha perfezionato l'acquisizione dell'ulteriore partecipazione del 20% nel capitale sociale di Gd System, azienda attiva nello sviluppo di software e nella manutenzione sistemistica avanzata, per un importo pari a 140.000 euro. In flessione poi Sostravel.com (-2.61%) e Casta Diva (-2.31%), cm (fine) MF-DJ NEWS

COMMENTO AIM: in luce Friulchem

MILANO (MF-DJ)--Chiusura sopra la parita' per l'indice Aim, che ha segnato +0,22% nell'ultima seduta della settimana. In rialzo Trawell (+15,06%) e Culti (+12,5%). Sotto i riflettori Friulchem (+9,24%) dopo che la societa' ha concluso l'operazione di acquisto di un ramo d'azienda comprendente lo stabilimento produttivo di Magny-en-Vexin di proprieta' della societa' francese Virbac SA, tra le principali multinazionali del settore veterinario, quotata alla borsa di Parigi. Bene Promotica (+5,35%) in scia al lancio di tre nuove campagne di fidelizzazione per il Gruppo Coop Centro Italia, Coop Consorzio Nord Ovest ed Unicoop Firenze. Denaro su Nvp (+5,10%) che ha sottoscritto l'aumento di capitale sociale deliberato da Soccerment con un investimento di 150.000 euro. Soccerment e' una startup innovativa specializzata nello sviluppo di strumenti di raccolta e analisi di dati di performance calcistiche. In calo invece Portale Sardegna (-4,76%), Imvest (-4,9%) e L&C (-5,22%). cm (fine) MF-DJ NEWS



Testata: MIANO FINANZA	Data: 2 luglio 2021
Frequenza: Online	Pagina: //

https://www.milanofinanza.it/news/promotica-vola-7-grazie-alla-partenza-di-tre-campagne-con-coop-202107020937388220

Promotica vola (+7%) grazie alla partenza di tre campagne con Coop

Promotica, agenzia loyalty specializzata nella realizzazione di soluzioni marketing atte ad aumentare le vendite, la fidelizzazione e la brand advocacy, è in rialzo del 7+% a 3,19 euro. Negli ultimi sei mesi, il titolo ha guadagnato quasi il +100%.



Promotica S.p.A., - agenzia loyalty specializzata nella realizzazione di soluzioni marketing atte ad aumentare le vendite, la fidelizzazione e la brand advocacy – comunica il lancio di tre nuove campagne di fidelizzazione per il Gruppo Coop Centro Italia, Coop Consorzio Nord Ovest ed Unicoop Firenze. Le tre operazioni, del valore complessivo di 6,8 milioni di Euro, rinnovano

la collaborazione di **Promotica** con le associate dell'insegna Coop.

Fin dal 2011, la Società ha infatti instaurato con le cooperative relazioni di lungo termine, qualificandosi come partner ideale per sviluppare campagne promozionali tailor made, con l'obiettivo di incrementare le vendite attraverso la fidelizzazione. Fil rouge delle tre campagne è la valorizzazione dei prodotti artigianali e Made in Italy, realizzati da aziende manifatturiere che rappresentano l'eccellenza della filiera produttiva del nostro Paese. In dettaglio, la prima operazione è una short-collection dal titolo "Armonia del Buongusto", dedicata a tutti i clienti del Gruppo Coop Centro Italia, che potranno collezionare le ceramiche artigianali per la tavola firmate De Silva, azienda umbra specializzata nella produzione di articoli in terracotta.

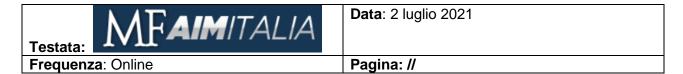
Il Gruppo Coop Centro riunisce oltre 100 punti vendita (a insegna Coop e Superconti) sparsi in 9 province del Centro Italia. La campagna commissionata da Coop Consorzio Nord Ovest è invece della tipologia self-liquidating e prevede il collezionamento di una linea di accessori per la tavola del brand Easy Life, azienda manifatturiera bresciana. Il cliente è Coop Consorzio Nord Ovest, nato nel 2004 dalla volontà di alcune cooperative del territorio, tra cui Coop Lombardia, Coop Liguria e Nova Coop, con l'obiettivo di centralizzare alcuni processi cruciali in ambito GDO, creare sinergie e realizzare economie di scala. Il Consorzio comprende alla data attuale 240 punti vendita.



Infine, la terza operazione è una short-collection realizzata per Unicoop Firenze, cooperativa che conta 106 punti vendita collocati in sette province della Toscana, nata nel 1973 dalla fusione di Toscocoop, Coop Etruria e Unicoop Empoli. L'operazione è dedicata anche ai clienti dei supermercati doc* Roma, un'insegna nata nel 2010 dalla volontà di Unicoop Firenze, che comprende 14 punti vendita posizionati in vari quartieri della città di Roma. I premi della linea "Colora la tua tavola" sono articoli in ceramica firmati dalla storica azienda manifatturiera Brandani, realizzati nel cuore dell'Italia e decorati a mano.

Diego Toscani, Amministratore Delegato di **Promotica**, ha commentato: "Le tre operazioni avviate nel mese di giugno sono importanti perché rinsaldano la nostra storica relazione con Coop, uno dei maggiori attori della GDO a livello nazionale, che è da anni il nostro principale cliente. La collaborazione con le insegne Coop ha poi una rilevanza strategica nel nostro piano di crescita futura: come dichiarato in fase di quotazione, miriamo infatti a consolidare il nostro fatturato attraverso le short-collection storicamente realizzate per questo cliente, facendo leva su una relazione di lungo termine con le cooperative e beneficiando della diversificazione territoriale delle stesse, che consente una riduzione del rischio. Vorrei infine sottolineare il fatto che le linee di premi scelte per le operazioni sono un esempio di Made in Italy di qualità, portando così alla ribalta le eccellenze del nostro artigianato".





https://aimnews.milanofinanza.it/news/promotica-vola-7-grazie-alla-partenza-di-tre-campagne-concoop-202107020937388220

Promotica vola (+7%) grazie alla partenza di tre campagne con Coop

Promotica, agenzia loyalty specializzata nella realizzazione di soluzioni marketing atte ad aumentare le vendite, la fidelizzazione e la brand advocacy, è in rialzo del 7+% a 3,19 euro. Negli ultimi sei mesi, il titolo ha guadagnato quasi il +100%.



Promotica S.p.A., - agenzia loyalty specializzata nella realizzazione di soluzioni marketing atte ad aumentare le vendite, la fidelizzazione e la brand advocacy – comunica il lancio di tre nuove campagne di fidelizzazione per il Gruppo Coop Centro Italia, Coop Consorzio Nord Ovest ed Unicoop Firenze. Le tre operazioni, del valore complessivo di 6,8 milioni di Euro, rinnovano la collaborazione di Promotica con le associate dell'insegna Coop.

Fin dal 2011, la Società ha infatti instaurato con le cooperative relazioni di lungo termine, qualificandosi come partner ideale per sviluppare campagne promozionali tailor made, con l'obiettivo di incrementare le vendite attraverso la fidelizzazione. Fil rouge delle tre campagne è la valorizzazione dei prodotti artigianali e Made in Italy, realizzati da aziende manifatturiere che rappresentano l'eccellenza della filiera produttiva del nostro Paese. In dettaglio, la prima operazione è una short-collection dal titolo "Armonia del Buongusto", dedicata a tutti i clienti del Gruppo Coop Centro Italia, che potranno collezionare le ceramiche artigianali per la tavola firmate De Silva, azienda umbra specializzata nella produzione di articoli in terracotta.

Il Gruppo Coop Centro riunisce oltre 100 punti vendita (a insegna Coop e Superconti) sparsi in 9 province del Centro Italia. La campagna commissionata da Coop Consorzio Nord Ovest è invece della tipologia self-liquidating e prevede il collezionamento di una linea di accessori per la tavola del brand Easy Life, azienda manifatturiera bresciana. Il cliente è Coop Consorzio Nord Ovest, nato nel 2004 dalla volontà di alcune cooperative del territorio, tra cui Coop Lombardia, Coop Liguria e Nova Coop, con l'obiettivo di centralizzare alcuni processi cruciali in ambito GDO, creare sinergie e realizzare economie di scala. Il Consorzio comprende alla data attuale 240 punti vendita.



Infine, la terza operazione è una short-collection realizzata per Unicoop Firenze, cooperativa che conta 106 punti vendita collocati in sette province della Toscana, nata nel 1973 dalla fusione di Toscocoop, Coop Etruria e Unicoop Empoli. L'operazione è dedicata anche ai clienti dei supermercati doc* Roma, un'insegna nata nel 2010 dalla volontà di Unicoop Firenze, che comprende 14 punti vendita posizionati in vari quartieri della città di Roma. I premi della linea "Colora la tua tavola" sono articoli in ceramica firmati dalla storica azienda manifatturiera Brandani, realizzati nel cuore dell'Italia e decorati a mano.

Diego Toscani, Amministratore Delegato di Promotica, ha commentato: "Le tre operazioni avviate nel mese di giugno sono importanti perché rinsaldano la nostra storica relazione con Coop, uno dei maggiori attori della GDO a livello nazionale, che è da anni il nostro principale cliente. La collaborazione con le insegne Coop ha poi una rilevanza strategica nel nostro piano di crescita futura: come dichiarato in fase di quotazione, miriamo infatti a consolidare il nostro fatturato attraverso le short-collection storicamente realizzate per questo cliente, facendo leva su una relazione di lungo termine con le cooperative e beneficiando della diversificazione territoriale delle stesse, che consente una riduzione del rischio. Vorrei infine sottolineare il fatto che le linee di premi scelte per le operazioni sono un esempio di Made in Italy di qualità, portando così alla ribalta le eccellenze del nostro artigianato".



Testata: websim.it	Data: 2 luglio 2021
Frequenza: Online	Pagina: //

https://www.websim.it/articoli-websim/promotica-7-giugno-partono-tre-campagne-per-coop/35808e61976e482f8edb7032a7a12d28.wsml

PROMOTICA +7% Giugno, partono tre campagne per Coop



99

Valore complessivo pari a 6,8 milioni di euro

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 7+% a 3,19 euro.

Negli ultimi sei mesi, il titolo ha guadagnato quasi il +100%.

Promotica lancia tre nuove campagne di fidelizzazione per il Gruppo Coop Centro Italia, Coop Consorzio Nord Ovest ed Unicoop Firenze. Le tre operazioni, del valore complessivo di 6,8 milioni di Euro, rinnovano la collaborazione di Promotica con le associate dell'insegna Coop.

Fin dal 2011, la Società ha infatti instaurato con le cooperative relazioni di lungo termine. Diego Toscani, Amministratore Delegato di Promotica, ha commentato: "Le tre operazioni avviate nel mese di giugno sono importanti perché rinsaldano la nostra storica relazione con Coop, uno dei maggiori attori della GDO a livello nazionale, che è da anni il nostro principale cliente. La collaborazione con le insegne Coop ha poi una rilevanza strategica nel nostro piano di crescita futura: come dichiarato in fase di quotazione, miriamo infatti a consolidare il nostro fatturato attraverso le short-collection storicamente realizzate per questo cliente, facendo leva su una relazione di lungo termine con le cooperative e beneficiando della diversificazione territoriale delle stesse, che consente una riduzione del rischio".



In dettaglio, la prima operazione è una short-collection dal titolo "Armonia del Buongusto", dedicata a tutti i clienti del Gruppo Coop Centro Italia, che potranno collezionare le ceramiche artigianali per la tavola firmate De Silva, azienda umbra specializzata nella produzione di articoli in terracotta. Il Gruppo Coop Centro riunisce oltre 100 punti vendita (a insegna Coop e Superconti) sparsi in 9 province del Centro Italia.

La campagna commissionata da Coop Consorzio Nord Ovest è invece della tipologia self-liquidating e prevede il collezionamento di una linea di accessori per la tavola del brand EasyLife, azienda manifatturiera bresciana. Coop Consorzio Nord Ovest è nato nel 2004 dalla volontà di alcune cooperative del territorio, tra cui Coop Lombardia, Coop Liguria e Nova Coop. Il Consorzio comprende 240 punti vendita.

Infine, la terza operazione è una short-collection realizzata per Unicoop Firenze, cooperativa che conta 106 punti vendita collocati in sette province della Toscana. I premi della linea "Colora la tua tavola" sono articoli in ceramica firmati dalla storica azienda manifatturiera Brandani.





Data: 2 luglio 2021

Frequenza: Online

Pagina: //

https://marketinsight.it/2021/07/02/promotica-aim-lancia-tre-nuove-campagne-per-associate-coopper-un-valore-di-68-mln/

PROMOTICA (AIM) – LANCIA TRE NUOVE CAMPAGNE PER ASSOCIATE COOP PER UN VALORE DI 6,8 MLN

02/07/2021 9:00

Promotica ha avviato il lancio di tre nuove campagne di fidelizzazione per il Gruppo Coop Centro Italia, Coop Consorzio Nord Ovest e Unicoop Firenze.

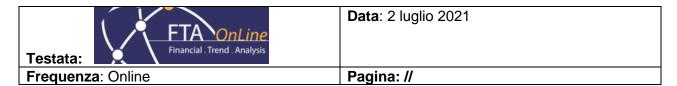
Le tre operazioni, del valore complessivo di 6,8 milioni, rinnovano la collaborazione di Promotica con le associate dell'insegna Coop.

La prima operazione è una short-collection dal titolo "Armonia del Buongusto", dedicata a tutti i clienti del Gruppo Coop Centro Italia.

La campagna commissionata da Coop Consorzio Nord Ovest è invece della tipologia selfliquidating e prevede il collezionamento di una linea di accessori per la tavola del brand EasyLife, azienda manifatturiera bresciana.

Infine, la terza operazione è una short-collection realizzata per Unicoop Firenze, con l'operazione che è dedicata anche ai clienti dei supermercati doc*Roma.





https://www.ftaonline.com/news/promotica-giugno-partenza-tre-campagne-da-68-milioni-di-euro

Promotica: a giugno in partenza tre campagne da 6,8 milioni di euro

Promotica - agenzia loyalty specializzata nella realizzazione di soluzioni marketing atte ad aumentare le vendite, la fidelizzazione e la brand advocacy – comunica il lancio di tre nuove campagne di fidelizzazione per il GruppoCoop Centro Italia, Coop Consorzio Nord Ovest ed Unicoop Firenze.

Le tre operazioni, del valore complessivo di 6,8 milioni di Euro, rinnovano la collaborazione di Promotica conle associate dell'insegna Coop. Fin dal 2011, la Società ha infatti instaurato con le cooperative relazioni di lungo termine, qualificandosi come partner ideale per sviluppare campagne promozionali tailor made, con l'obiettivo di incrementare le vendite attraverso la fidelizzazione.

Fil rouge delle tre campagne è la valorizzazione dei prodotti artigianali e Made in Italy, realizzati da aziende manifatturiere che rappresentano l'eccellenza della filiera produttiva del nostro Paese. In dettaglio, la prima operazione è una short-collection dal titolo "Armonia del Buongusto", dedicata a tutti i clienti delGruppo Coop Centro Italia, che potranno collezionare le ceramicheartigianali per la tavolafirmateDe Silva, azienda umbra specializzata nella produzione di articoli in terracotta. Il GruppoCoopCentro riunisce oltre 100 punti vendita (ainsegna Coop e Superconti) sparsi in 9 province del Centro Italia. La campagna commissionata da Coop Consorzio Nord Ovestè invece della tipologia self-liquidating e prevede il collezionamento di una linea di accessori per la tavola del brand EasyLife, azienda manifatturiera bresciana. Il cliente è Coop Consorzio Nord Ovest, nato nel 2004 dalla volontà di alcune cooperative del territorio, tra cui Coop Lombardia, Coop Liguria e Nova Coop, con l'obiettivo di centralizzare alcuni processi cruciali in ambito GDO, creare sinergie e realizzare economie di scala. Il Consorzio comprende alla data attuale 240 punti vendita. Infine, la terza operazione è una short-collection realizzata per Unicoop Firenze, cooperativa che conta 106punti vendita collocati in sette province della Toscana, nata nel 1973 dalla fusione di Toscocoop, Coop Etruria e Unicoop Empoli. L'operazione è dedicata ancheai clienti dei supermercati doc* Roma, un'insegna nata nel 2010 dalla volontà di Unicoop Firenze, che comprende 14 punti vendita posizionati in vari quartieri della città di Roma. I premi della linea "Colora la tua tavola" sono articoli in ceramicafirmati dalla storica azienda manifatturiera Brandani, realizzati nel cuore dell'Italia e decorati a mano.



Diego Toscani, Amministratore Delegato di Promotica, ha commentato: "Le tre operazioni avviate nel mese di giugno sono importanti perché rinsaldanola nostra storica relazione con Coop, uno dei maggiori attori della GDO a livello nazionale, che è da anni il nostro principale cliente. La collaborazione con le insegne Coop ha poi una rilevanza strategica nel nostro piano di crescita futura: come dichiarato in fase di quotazione, miriamo infatti a consolidare il nostro fatturato attraverso le short-collection storicamente realizzate per questo cliente, facendo leva su una relazione di lungo termine con le cooperative e beneficiando della diversificazione territoriale delle stesse, che consente una riduzione del rischio. Vorrei infine sottolineare il fatto che le linee di premi scelte per le operazioni sono un esempio di Made in Italy di qualità, portando così alla ribalta le eccellenze del nostro artigianato".



Testata: TRADERLINK	Data: 2 luglio 2021
Frequenza: Online	Pagina: //

https://www.traderlink.it/notizie/news-trend-online/promotica-a-giugno-in-partenza-tre-campagne-da-6-8-milioni-di-euro 21183IYAL3MXQW8?refresh=1

Promotica: a giugno in partenza tre campagne da 6,8 milioni di euro

02/07/2021 12:20

Promotica - agenzia loyalty specializzata nella realizzazione di soluzioni marketing atte ad aumentare le vendite, la fidelizzazione e la brand advocacy – comunica il lancio di tre nuove campagne di fidelizzazione per il GruppoCoop Centro Italia, Coop Consorzio Nord Ovest ed Unicoop Firenze.

Le tre operazioni, del valore complessivo di 6,8 milioni di Euro, rinnovano la collaborazione di Promotica conle associate dell'insegna Coop.

Fin dal 2011, la Società ha infatti instaurato con le cooperative relazioni di lungo termine, qualificandosi come partner ideale per sviluppare campagne promozionali tailor made, con l'obiettivo di incrementare le vendite attraverso la fidelizzazione.

Fil rouge delle tre campagne è la valorizzazione dei prodotti artigianali e Made in Italy, realizzati da aziende manifatturiere che rappresentano l'eccellenza della filiera produttiva del nostro Paese.

In dettaglio, la prima operazione è una short-collection dal titolo "Armonia del Buongusto", dedicata a tutti i clienti delGruppo Coop Centro Italia, che potranno collezionare le ceramicheartigianali per la tavolafirmateDe Silva, azienda umbra specializzata nella produzione di articoli in terracotta.

Il GruppoCoopCentro riunisce oltre 100 punti vendita (ainsegna Coop e Superconti) sparsi in 9 province del Centro Italia. La campagna commissionata da Coop Consorzio Nord Ovestè invece della tipologia self-liquidating e prevede il collezionamento di una linea di accessori per la tavola del brand EasyLife, azienda manifatturiera bresciana.

Il cliente è Coop Consorzio Nord Ovest, nato nel 2004 dalla volontà di alcune cooperative del territorio, tra cui Coop Lombardia, Coop Liguria e Nova Coop, con l'obiettivo di centralizzare alcuni processi cruciali in ambito GDO, creare sinergie e realizzare economie di scala. Il Consorzio comprende alla data attuale 240 punti vendita. Infine, la terza operazione è una short-collection realizzata per Unicoop Firenze, cooperativa che conta 106punti vendita collocati in sette province della Toscana, nata nel 1973 dalla fusione di Toscocoop, Coop Etruria e Unicoop Empoli. L'operazione è dedicata ancheai clienti dei supermercati doc* Roma, un'insegna nata nel 2010 dalla volontà di Unicoop Firenze, che comprende 14 punti vendita posizionati in vari quartieri della città di Roma.

I premi della linea "Colora la tua tavola" sono articoli in ceramicafirmati dalla storica azienda manifatturiera Brandani, realizzati nel cuore dell'Italia e decorati a mano.



Diego Toscani, Amministratore Delegato di Promotica, ha commentato: "Le tre operazioni avviate nel mese di giugno sono importanti perché rinsaldanola nostra storica relazione con Coop, uno dei maggiori attori della GDO a livello nazionale, che è da anni il nostro principale cliente.

La collaborazione con le insegne Coop ha poi una rilevanza strategica nel nostro piano di crescita futura: come dichiarato in fase di quotazione, miriamo infatti a consolidare il nostro fatturato attraverso le short-collection storicamente realizzate per questo cliente, facendo leva su una relazione di lungo termine con le cooperative e beneficiando della diversificazione territoriale delle stesse, che consente una riduzione del rischio.

Vorrei infine sottolineare il fatto che le linee di premi scelte per le operazioni sono un esempio di Made in Italy di qualità, portando così alla ribalta le eccellenze del nostro artigianato".



Testata: Trend online	Data: 2 luglio 2021
Frequenza: Online	Pagina: //

https://www.trend-online.com/borsa/promoticaa-giugno-in-partenza-tre-campagne-da-6-8-milioni-di-euro--417973/

Promotica: a giugno in partenza tre campagne da 6,8 milioni di euro

Promotica - agenzia loyalty specializzata nella realizzazione di soluzioni marketing atte ad aumentare le vendite, la fidelizzazione e la brand advocacy – comunica il lancio di tre nuove campagne di fidelizzazione per il GruppoCoop Centro Italia, Coop Consorzio Nord Ovest ed Unicoop Firenze.

Promotica - agenzia loyalty specializzata nella realizzazione di soluzioni marketing atte ad aumentare le vendite, la fidelizzazione e la brand advocacy – comunica il lancio di tre nuove campagne di fidelizzazione per il GruppoCoop Centro Italia, Coop Consorzio Nord Ovest ed Unicoop Firenze.

Le tre operazioni, del valore complessivo di 6,8 milioni di Euro, rinnovano la collaborazione di Promotica conle associate dell'insegna Coop. Fin dal 2011, la Società ha infatti instaurato con le cooperative relazioni di lungo termine, qualificandosi come partner ideale per sviluppare campagne promozionali tailor made, con l'obiettivo di incrementare le vendite attraverso la fidelizzazione.

Fil rouge delle tre campagne è la valorizzazione dei prodotti artigianali e Made in Italy, realizzati da aziende manifatturiere che rappresentano l'eccellenza della filiera produttiva del nostro Paese. In dettaglio, la prima operazione è una short-collection dal titolo "Armonia del Buongusto", dedicata a tutti i clienti delGruppo Coop Centro Italia, che potranno collezionare le ceramicheartigianali per la tavolafirmateDe Silva, azienda umbra specializzata nella produzione di articoli in terracotta. Il GruppoCoopCentro riunisce oltre 100 punti vendita (ainsegna Coop e Superconti) sparsi in 9 province del Centro Italia. La campagna commissionata da Coop Consorzio Nord Ovestè invece della tipologia self-liquidating e prevede il collezionamento di una linea di accessori per la tavola del brand EasyLife, azienda manifatturiera bresciana. Il cliente è Coop Consorzio Nord Ovest, nato nel 2004 dalla volontà di alcune cooperative del territorio, tra cui Coop Lombardia, Coop Liguria e Nova Coop, con l'obiettivo di centralizzare alcuni processi cruciali in ambito GDO, creare sinergie e realizzare economie di scala. Il Consorzio comprende alla data attuale 240 punti vendita. Infine, la terza operazione è una short-collection realizzata per Unicoop Firenze, cooperativa che conta 106punti vendita collocati in sette province della Toscana, nata nel 1973 dalla fusione di Toscocoop, Coop Etruria e Unicoop Empoli. L'operazione è dedicata ancheai clienti dei supermercati doc* Roma, un'insegna nata nel 2010 dalla volontà di Unicoop Firenze, che comprende 14 punti vendita posizionati in vari quartieri della città di Roma. I premi della linea "Colora la tua tavola" sono articoli in ceramicafirmati dalla storica azienda manifatturiera Brandani, realizzati nel cuore dell'Italia e decorati a mano.



Diego Toscani, Amministratore Delegato di Promotica, ha commentato: "Le tre operazioni avviate nel mese di giugno sono importanti perché rinsaldanola nostra storica relazione con Coop, uno dei maggiori attori della GDO a livello nazionale, che è da anni il nostro principale cliente. La collaborazione con le insegne Coop ha poi una rilevanza strategica nel nostro piano di crescita futura: come dichiarato in fase di quotazione, miriamo infatti a consolidare il nostro fatturato attraverso le short-collection storicamente realizzate per questo cliente, facendo leva su una relazione di lungo termine con le cooperative e beneficiando della diversificazione territoriale delle stesse, che consente una riduzione del rischio. Vorrei infine sottolineare il fatto che le linee di premi scelte per le operazioni sono un esempio di Made in Italy di qualità, portando così alla ribalta le eccellenze del nostro artigianato".



Testata:	Data: 2 luglio 2021
quibrescia.it	
Frequenza: Online	Pagina: //

https://www.quibrescia.it/imprese/2021/07/02/promotica-tre-nuove-campagne-di-fidelizzazione-per-il-marchio-coop/588743/

Promotica, tre nuove campagne di fidelizzazione per il marchio Coop



(red.) Promotica spa – agenzia loyalty specializzata nella realizzazione di soluzioni marketing per aumentare le vendite, la fidelizzazione e la brand advocacy – comunica il lancio di tre nuove campagne di fidelizzazione per il Gruppo Coop Centro Italia, Coop Consorzio Nord Ovest ed Unicoop Firenze.

Le tre operazioni, del valore complessivo di 6,8 milioni di Euro, rinnovano la collaborazione di Promotica con le associate dell'insegna Coop. Fin dal 2011, la società ha infatti instaurato con le cooperative relazioni di lungo termine, qualificandosi come partner ideale per sviluppare campagne promozionali tailor made, con l'obiettivo di incrementare le vendite attraverso la fidelizzazione.



Fil rouge delle tre campagne – informa una nota – è la valorizzazione dei prodotti artigianali e Made in Italy, realizzati da aziende manifatturiere che rappresentano l'eccellenza della filiera produttiva del nostro Paese. In dettaglio, la prima operazione è una short-collection dal titolo "Armonia del Buongusto", dedicata a tutti i clienti del Gruppo Coop Centro Italia, che potranno collezionare le ceramiche artigianali per la tavola firmate De Silva, azienda umbra specializzata nella produzione di articoli in terracotta. Il Gruppo Coop Centro riunisce oltre 100 punti vendita (a insegna Coop e Superconti) sparsi in 9 province del Centro Italia.

La campagna commissionata da Coop Consorzio Nord Ovest è invece della tipologia self-liquidating e prevede il collezionamento di una linea di accessori per la tavola del brand Easy Life, azienda manifatturiera bresciana. Il cliente è Coop Consorzio Nord Ovest, nato nel 2004 dalla volontà di alcune cooperative del territorio, tra cui Coop Lombardia, Coop Liguria e

Nova Coop, con l'obiettivo di centralizzare alcuni processi cruciali in ambito grande distribuzione organizzata, creare sinergie e realizzare economie di scala. Il Consorzio comprende alla data attuale 240 punti vendita.

Infine, la terza operazione è una short-collection realizzata per Unicoop Firenze, cooperativa che conta 106 punti vendita collocati in sette province della Toscana, nata nel 1973 dalla fusione di Toscocoop, Coop Etruria e Unicoop Empoli. L'operazione è dedicata anche ai clienti dei supermercati doc* Roma, un'insegna nata nel 2010 dalla volontà di Unicoop Firenze, che comprende 14 punti vendita posizionati in vari quartieri della città di Roma. I premi della linea "Colora la tua tavola" sono articoli in ceramica firmati dalla storica azienda manifatturiera Brandani, realizzati nel cuore dell'Italia e decorati a mano.



"Le tre operazioni avviate nel mese di giugno sono importanti perché rinsaldano la nostra storica relazione con Coop, uno dei maggiori attori della Gdo a livello nazionale, che è da anni il nostro principale cliente", commenta Diego Toscani, amministratore delegato di Promotica: "La collaborazione con le insegne Coop ha poi una rilevanza strategica nel nostro piano di crescita futura: come dichiarato in fase di quotazione, miriamo infatti a consolidare il nostro fatturato attraverso le short-collection storicamente realizzate per questo cliente, facendo leva su una relazione di lungo termine con le cooperative e beneficiando della diversificazione territoriale delle stesse, che consente una riduzione del rischio. Vorrei infine sottolineare il fatto che le linee di premi scelte per le operazioni sono un esempio di Made in Italy di qualità, portando così alla ribalta le eccellenze del nostro artigianato".





Data: 2 luglio 2021

Pagina: //

http://finanza.tgcom24.mediaset.it/news/dettaglio_news.asp?id=202107020916001597&chkAgenzie=PMFNW&sez=news&testo=%22promotica%22&titolo=Promotica:%20lancia%203%20campagne%20fidelizzazione%20per%20Coop

PROMOTICA: LANCIA 3 CAMPAGNE FIDELIZZAZIONE

02/07/2021 08:41

MILANO (MF-DJ)--Promotica lancia tre nuove campagne di fidelizzazione per il Gruppo Coop Centro Italia, Coop Consorzio Nord Ovest ed Unicoop Firenze. Le tre operazioni, del valore complessivo di 6,8 milioni di euro, spiega una nota, rinnovano la collaborazione di Promotica con le associate dell'insegna Coop. Fin dal 2011, la Societa' ha infatti instaurato con le cooperative relazioni di lungo termine, qualificandosi come partner ideale per sviluppare campagne promozionali tailor made, con l'obiettivo di incrementare le vendite attraverso la fidelizzazione. Diego Toscani, Amministratore Delegato di Promotica, ha commentato: "le tre operazioni avviate nel mese di giugno sono importanti perche' rinsaldano la nostra storica relazione con Coop, uno dei maggiori attori della GDO a livello nazionale, che e' da anni il nostro principale cliente. La collaborazione con le insegne Coop ha poi una rilevanza strategica nel nostro piano di crescita futura: come dichiarato in fase di quotazione, miriamo infatti a consolidare il nostro fatturato attraverso le short-collection storicamente realizzate per questo cliente, facendo leva su una relazione di lungo termine con le cooperative e beneficiando della diversificazione territoriale delle stesse, che consente una riduzione del rischio. Vorrei infine sottolineare il fatto che le linee di premi scelte per le operazioni sono un esempio di Made in Italy di qualita', portando cosi' alla ribalta le eccellenze del nostro artigianato". com/lab MF-DJ NEWS

