

Testata: GIORNALE DI BRESCIA	Data: 26 giugno 2021
Frequenza: Quotidiano	Pagina: 31

Negozi del futuro e sostenibilità: la nuova frontiera di Kiki Lab

Marketing

DESENZANO DELGARDA. La quotata bresciana Promotica, agenzia loyalty specializzata nella realizzazione di soluzioni marketing e fidelizzazione - ha partecipato all'evento «KI-Life. Brand e Retail per un presente sostenibile», organizzato dal-

la controllata Kiki Lab, società di consulenza specializzata in retail innovation e retail del futuro. Si è trattato di un'occasione unica per approfondire i numerosi aspetti che caratterizzano l'impegno di Promotica in materia di sostenibilità.

Durante l'evento, è stata presentata la nuova ricerca mondiale sulla sostenibilità realizzata da Kiki Lab in partnership

col consorzio internazionale Ebeltoft Group e sono stati illustrati best-case di aziende che si sono distinte per la loro attenzione alle tematiche ambientali e sociali nel portare avanti il proprio business, tra cui Promotica. La sostenibilità ambientale e sociale è dunque un driver fondamentale nella strategia di sviluppo di Promotica, come conferma il recente avvio del percorso di Corporate Social Responsibility, col supporto di Integrae Sim in qualità di ESG Advisor, in partnership con AcomeA SGR. //

Testata: quibrescia.it dal 1999 il primo quotidiano online di Brescia e Provincia	Data: 25 giugno 2021
Frequenza: Online	Pagina: //

<https://www.quibrescia.it/provincia/garda/2021/06/25/promotica-business-e-impegno-per-la-sostenibilita-ambientale-e-sociale/588123/>

Promotica, business e impegno per la sostenibilità ambientale e sociale



(red.) Promotica – agenzia loyalty specializzata nella realizzazione di soluzioni marketing per aumentare le vendite, la fidelizzazione e la brand advocacy – ha partecipato all’evento “KI-Life. Brand e retail per un presente sostenibile”, organizzato dalla controllata Kiki Lab, società di consulenza specializzata in retail innovation e retail del futuro. Si è trattato di un’occasione unica per approfondire i numerosi aspetti che caratterizzano l’impegno di Promotica in materia di sostenibilità. Durante l’evento, che si è tenuto in modalità phygital, Torino Eataly Lingotto + Diretta streaming, è stata presentata la nuova ricerca mondiale sulla sostenibilità realizzata da Kiki Lab in partnership con il consorzio internazionale Ebeltoft Group e sono stati illustrati best-case di aziende che si sono distinte per la loro attenzione alle tematiche ambientali e sociali nel portare avanti il proprio business, tra cui Promotica. La società, infatti, vede nella sostenibilità un valore fondante, insito da sempre nel proprio Dna di azienda.

“La propensione di Promotica ad impegnarsi in prima persona in un’ottica di Corporate Social Responsibility la porta ad avere un ruolo privilegiato nel processo di conversione verso la sostenibilità del settore loyalty”, si legge nel comunicato. “Infatti, l’azienda realizza attività di edutainment nei confronti dei clienti finali, destinatari delle operazioni loyalty, e di divulgazione e promozione a livello B2B, verso i clienti committenti delle campagne, aiutandoli nella scelta di business practices sostenibili. Numerosi sono gli esempi positivi di campagne che mettono al centro i temi green: tra le più recenti, la short collection ‘Collezione Buone Abitudini’ di Conad in collaborazione con Tupperware e Legambiente, per educare e informare sull’uso corretto della plastica. Per Coop Centro Italia Promotica ha poi ideato e realizzato un nuovo concept di catalogo premi, con “BeAppy”, un catalogo interamente digitale, che comprende numerosi premi eco-friendly: un esempio riuscito di unione positiva tra digitalizzazione e sostenibilità”.