

<b>Bresciaoggi</b> Testata:	Data: 04 luglio 2021
Frequenza: Quotidiano	Pagina: 27

LA TESTIMONIANZA del leader di Promotica

## Toscani: «L'uomo resta al centro dell'impegno»



*Diego Toscani, è il fondatore e leader di Promotica spa*

Diego Toscani, amministratore delegato di Promotica, nel suo intervento all'evento di Kiki Lab per presentare i risultati della ricerca internazionale sulla sostenibilità, tra l'altro, ha spiegato che la spa di Desenzano, ora quotata sull'AIM di Borsa Italiana (segmento dedicato alle Pmi ad alto potenziale di crescita), «ha iniziato a lavorare sulla sostenibilità nella campagne di fidelizzazione dal 2016. Tra quelle realizzate segnalò la short collection 'Collezione Buone Abitudini' di Conad, in collaborazione con Tupperware Brands e Legambiente per sensibilizzare al consumo intelligente della plastica, e la 'BeAppy 2.0' con Coop Centro Italia per il primo catalogo multicanale digitale e premi incentrati sull'ambiente. Siamo molto attivi anche nel sociale con Chefs for Life, che raccoglie fondi per associazioni o enti attivi anche nella sanità e sosteniamo l'associazione culturale 7MilaMigliaLontano. Recentemente abbiamo iniziato un percorso di corporate social responsibility aderendo ad Esg Project».

**Diego Toscani** - è anche il fondatore di Promotica spa - ha poi ricordato che l'azienda «pone al centro in particolare l'uomo con i suoi pregi e i suoi difetti, i suoi punti di forza e le

sue debolezze. Ci impegniamo a capirlo al fine di rendere le sue scelte più facili e soddisfacenti, tentando di migliorare il nostro mondo». A proposito di loyalty sostenibile, Toscani ricorda che, dal 2003, l'azienda si occupa di pianificazione e sviluppo della leva promozionale per aumentare le vendite totali, attrarre nuovi clienti e incrementare la loro fedeltà. Il tutto attraverso concorsi, cataloghi, premi, short, collection, special promotion, trade, loader incentive, spend & get. Tra le varie iniziative dell'azienda con sede a Desenzano del Garda, segnaliamo il progetto Sostenibilità & design in cucina, legato a una collezione di bollini all'insegna della sostenibilità.

**Ad esempio**, utilizzando la linea di pentole Pots&Pan Alessi 100% in alluminio riciclato 100% made in Italy disegnate dal designer Jasper Morrison e industrializzate da Promotica e Alessi. Mentre per il pranzo fuori casa eco sostenibile Promotica ha promosso un concorso con Tupperware, che gode del patrocinio di Legambiente e che si pone l'obiettivo di sensibilizzare al consumo intelligente della plastica, dicendo no alla plastica «usa e getta» e sì alla «plastica durevole». **A.Baff.**

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Testata: <b>Technoretail</b>	Data: 02 luglio 2021
Frequenza: Online	Pagina: //

<https://www.technoretail.it/news2/item/4491-a-ki-life-2021-la-sostenibilita-messa-al-centro-da-promotica.html>

## A KI-LIFE 2021, LA SOSTENIBILITÀ MESSA AL CENTRO DA PROMOTICA



Promotica, agenzia loyalty specializzata nella realizzazione di solutions marketing dirette ad 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.

Nel dettaglio, si è trattato di una significativa occasione per approfondire i molteplici aspetti che caratterizzano l'impegno di **Promotica** sul versante della **sostenibilità**.

Nel corso dell'evento, tenutosi in modalità *phygital* (Torino Eatly Lingotto più 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 i best cases di aziende che si sono distinte per la loro attenzione rivolta sia alle tematiche ambientali che a quelle sociali nel portare avanti il rispettivo business, tra le quali **Promotica**.

Difatti, **Promotica** ravvisa nella **sostenibilità** un valore fondante, insito nel proprio DNA aziendale. L'azienda intende conciliare i suoi obiettivi economici con l'impegno verso la comunità e l'ambiente, come dimostrato dalle numerose attività a carattere sociale e green promosse dalla stessa **Promotica** nel corso degli anni. Tra di esse, di particolare rilevanza è la collaborazione con **Chefs for Life**, cordata solidale per raccogliere fondi a sostegno di enti o associazioni benefiche attraverso serate-evento con la partecipazione dei più importanti chef del panorama gastronomico nazionale e internazionale.

Anche il sostegno all'associazione culturale **7MilaMigliaLontano**, che attua progetti di documentazione con fini di beneficenza, è un esempio di attività solidale che vede impegnata Promotica in prima persona. Di fatto, la sostenibilità ambientale e sociale risulta essere un driver fondamentale nella strategia di sviluppo di **Promotica**, come confermato, tra l'altro, anche dal recente avvio del percorso di **Corporate Social Responsibility (CSR)**.



**Diego Toscani, Amministratore Delegato di Promotica**, ha dichiarato: “Promotica ha iniziato a lavorare sulla sostenibilità nella campagne di fidelizzazione dal 2016. Tra le numerose campagne realizzate, la short collection *Collezione Buone Abitudini* di Conad in collaborazione con Tupperware Brands e Legambiente per sensibilizzare al consumo intelligente della plastica e la campagna *BeAppy 2.0* con Coop Centro Italia: il primo catalogo multicanale interamente digitale con premi incentrati sull’ambiente”.

Inoltre, **Toscani** ha sottolineato: “Siamo molto attivi anche nel sociale con Chefs for Life, che raccoglie fondi a favore di associazioni o enti impegnati nel sociale o nella sanità e sosteniamo l’associazione culturale **7MilaMigliaLontano** e i loro progetti di documentazione con fini solidali. Recentemente, abbiamo iniziato un percorso di Corporate Social Responsibility aderendo a *ESG Project*”.

<https://distribuzionemoderna.info/news/promotica-mette-al-centro-la-sostenibilita>

# Promotica mette al centro la sostenibilità'



Chi Siamo ▾

Cosa Facciamo ▾

News ▾

Press



Promotica - agenzia loyalty specializzata nella realizzazione di soluzioni marketing atte ad 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. Promotica vuole conciliare i propri obiettivi economici con l'impegno verso la comunità e l'ambiente, come dimostrano le numerose attività a carattere sociale e green che ha promosso nel corso degli anni.

Tra di esse, è particolarmente rilevante la collaborazione con Chefs for Life, cordata solidale per raccogliere fondi a sostegno di enti o associazioni benefiche, attraverso serate-evento con la partecipazione dei più importanti chef del panorama culinario nazionale ed internazionale. Anche il sostegno all'associazione culturale 7Milamigialontano, che attua progetti di documentazione con fini di beneficenza, è un esempio di attività solidale che vede Promotica protagonista.

La sostenibilità ambientale e sociale è un driver fondamentale nella strategia di sviluppo di Promotica, come conferma anche il recente avvio del percorso di Corporate Social Responsibility.

<b>GIORNALE DI BRESCIA</b>	<b>Data:</b> 26 giugno 2021
<b>Testata:</b>	
<b>Frequenza:</b> Quotidiano	<b>Pagina:</b> 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. //

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

<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”.