

## PROMOTION AWARDS 2021: PROMOTICA SI AGGIUDICA 3 PREMI

Si è tenuta martedì 5 aprile la cerimonia di premiazione dei Promotion Awards 2021, l'annuale premio organizzato e promosso da Promotion Magazine con il patrocinio di UNA, Aziende delle Comunicazione Unite, che coinvolge aziende e top manager per premiare le migliori campagne di engagement e fidelizzazione che si sono distinte sul mercato promozionale.

Promotica S.p.A. anche quest'anno si è distinta come azienda leader nel settore della fidelizzazione, aggiudicandosi 3 Loyalty Awards.

Queste le categorie e i lavori in cui l'azienda si è contraddistinta:

- 1. Miglior Catalogo Premi GDO** con il catalogo *“Siamo quello che scegliamo”* realizzato per Coop Alleanza 3.0. Si tratta di una campagna che ha come obiettivo primario quello di stabilire un legame di continuità chiaro e intuitivo tra le componenti di sostenibilità dei premi in catalogo – Green, Made in Italy, Solidarietà – e le medesime caratteristiche dei prodotti a Marchio Coop.
- 2. Miglior Comunicazione e Storytelling** con *“Brandani Linea Acquarello”* di Unicoop Firenze: in palio premi per la tavola in ceramica di alta qualità, decorati a mano con colori e smalti senza piombo, nel rispetto dell'ambiente, realizzati da artigiani dello storico distretto ceramico di Civita Castellana (VT). Grazie alla collaborazione tra Promotica, Unicoop Firenze e Brandani, la campagna è stata un successo ed ha contribuito in maniera massiccia a risollevarne le sorti di un distretto manifatturiero di eccellenza, che rischiava di cadere in disuso.
- 3. Menzione Speciale Categoria Edutainment** con *“Diamo un'alimentazione migliore a tutti i bambini che non ce l'hanno”* per il cliente Italmark, campagna dal concept innovativo indirizzata a bambini e famiglie. La fidelizzazione si intreccia con un obiettivo solidale: sostenere i bambini più in difficoltà attraverso una donazione al Banco Alimentare. La raccolta punti prevede in palio i peluche MiniGreeny, dei pupazzetti a forma di frutta e verdura per promuovere un'alimentazione salutare e realizzati in materiale ecologico.

L'AD **Diego Toscani** si dichiara estremamente soddisfatto per i premi ricevuti: *“Non è la prima volta che riceviamo dei Premi ai Promotion Awards. Eppure il fatto che questi premi siano sempre tanto legati all'attualità e alle virate del nostro percorso, che rilevano i bisogni dei clienti e ci spingono a strategie sempre più sinergiche e condivise, fa sì che ogni volta sia speciale, che ogni volta ci dia più soddisfazione. Perché se da un lato questi Premi sono conferma del nostro ruolo di leader nel settore loyalty, dall'altro ci dicono che siamo stati in grado di portare sul mercato delle proposte di fidelizzazione innovative ed uniche nel loro genere, promuovendo messaggi positivi. Vincere non è mai scontato, per questo vorrei ringraziare tutti i dipendenti di Promotica, il successo delle campagne è dovuto al loro lavoro quotidiano e alla loro capacità di instaurare relazioni positive con i*

*clienti. Grazie, infine, ai clienti stessi che ci danno fiducia e che non esitano a percorrere insieme a noi nuove strade e a sperimentare nuove modalità di fidelizzazione..”*

Per ribadire la centralità dei clienti per Promotica, riportiamo di seguito le loro impressioni a caldo, appena ricevuta la notizia dei premi.

**Roberta Girotti**, Responsabile Fidelizzazione e Iniziative Speciali, Concorsi&Eventi di **Coop Alleanza 3.0**: *“Siamo assolutamente soddisfatti di aver ricevuto questo premio, che riconferma il risultato del 2020, grazie ad un catalogo che pone al centro la sostenibilità e offre prodotti all’insegna dell’italianità. Abbiamo voluto mettere a disposizione dei Soci della Cooperativa uno strumento di fidelizzazione innovativo, legando i premi del catalogo alle linee del Prodotto Coop che oltre a sostenere progetti ecologici ed etico-sociali (attraverso la donazione del valore dell’ 1% delle vendite del prodotto Coop) sono a loro volta esempio di italianità e sostenibilità.”*

**Andrea Timpano** Responsabile Marketing Operativo di **Unicoop Firenze** ha così commentato: *“ Ricevere il primo premio come miglior comunicazione e storytelling con focus sulla sostenibilità è per noi motivo di grande orgoglio. Un collezionamento nato dalla co-progettazione con Promotica. Realizzato grazie alla partnership con un’azienda italiana storica quale Brandani che ha firmato la collezione poi prodotta dagli artigiani locali di Civita Castellana contribuendo così a risollevarle le sorti di uno dei più importanti distretti ceramici italiani.”*

**Alessandro Odolini** Direttore Generale di **Italmark** ha dichiarato: *“Accogliamo con entusiasmo questo premio, fieri di aver promosso una campagna che risponda concretamente all’attenzione crescente del pubblico in materia di sostenibilità e sensibilizzi i più piccoli ad una corretta alimentazione attraverso la semplicità di un gioco. Come dimostrano i risultati raggiunti i clienti sono sempre attenti agli aspetti sociali e premiano le campagne come questa, a sfondo solidale, che ha permesso di supportare il Banco Alimentare nel sostegno ad una corretta alimentazione dei bambini in difficoltà.”*