


<b>Testata:</b> 	<b>Data:</b> 13 luglio 2022
<b>Frequenza:</b> agenzia stampa	<b>Pagina:</b> //

**MF-DJ** - 13/07/2022 18:45

### **1Promotica: due nuove campagne per Coop Italia**

Dowjones DESENZANO DEL GARDA (MF-DJ)--Promotica - agenzia loyalty specializzata nella realizzazione di soluzioni marketing atte ad aumentare le vendite, la fidelizzazione e la brand advocacy quotata su Euronext Growth Milan - comunica il lancio di due nuove campagne di fidelizzazione per le insegne del gruppo Coop, con un'operazione commissionata da Coop Alleanza 3.0 e una realizzata per Unicoop Firenze. Le due operazioni, si legge in una nota, con durata fino ad agosto, del valore complessivo di oltre 9,0 milioni di euro, rinnovano la collaborazione di Promotica con le associate dell'insegna Coop. Diego Toscani, ad di Promotica, ha commentato: "Tagliamo il traguardo di meta' anno con l'avvio di due importanti commesse per le attivita' promozionali delle insegne Coop Italia, storicamente nostro principale cliente di riferimento. Dopo la svolta di inizio anno con la campagna "Ariapaerta" per Coop Italia, che per la prima volta ci ha permesso di ottenere il riconoscimento nazionale della nostra collaborazione con Coop, prosegue con successo la nostra proposta loyalty per le insegne territoriali del sistema cooperativo". com/mcn fine MF-DJ NEWS 1318:45 lug 2022 \_\_\_\_\_

---

Testata: <b>LA STAMPA</b>	Data: 13 luglio 2022
Frequenza: online	Pagina: //

Link: <https://finanza.lastampa.it/News/2022/07/13/promotica-commesse-per-9-milioni-di-euro-da-coop/MTgzXzlwMjltMDctMTNfVExC>

## Promotica, commesse per 9 milioni di euro da Coop

TELEBORSA


Publicato il 13/07/2022  
Ultima modifica il 13/07/2022 alle ore 20:00



Promotica, società quotata su Euronext Growth Milan e agenzia loyalty specializzata nella realizzazione di soluzioni marketing per aumentare le vendite, la fidelizzazione e la brand advocacy, ha ottenuto una commessa di oltre 5 milioni di euro per **Coop Alleanza 3.0** e una di 4 milioni di euro per **Unicoop Firenze**, per un

**totale di oltre 9 milioni di euro**. Le due operazioni, con durata fino ad agosto, rinnovano la collaborazione di Promotica con le associate dell'insegna Coop. Fin dal 2011, la società ha instaurato con le cooperative relazioni di lungo termine, ed oggi Coop Italia è, tramite le sue associate, il principale cliente di Promotica.

"Tagliamo il traguardo di metà anno con l'avvio di due importanti commesse per le attività promozionali delle insegne Coop Italia, storicamente nostro principale cliente di riferimento - ha commentato l'AD **Diego Toscani** - Dopo la svolta di inizio anno con la campagna "Ariapaerta" per Coop Italia, che per la prima volta ci ha permesso di ottenere il riconoscimento nazionale della nostra collaborazione con Coop, **prosegue con successo la nostra proposta loyalty per le insegne territoriali del sistema cooperativo**".

<b>Testata:</b> 	<b>Data:</b> 13 luglio 2022
<b>Frequenza:</b> online	<b>Pagina:</b> //

Link: <https://it.marketscreener.com/quotazioni/azione/PROMOTICA-S-P-A-115787341/attualita/Promotica-due-nuove-campagne-per-Coop-Italia-40976751/>

Home > Azioni > Italia > Borsa Italiana > Promotica S.p.A. > Notizie > Riassunto **PMT** IT0005425365

 **PROMOTICA S.P.A. (PMT)**

Tempo differito Borsa Italiana - 17:35 13/07/2022	13/07 PROMOTICA: due nuove campag
<b>3.070 EUR</b> <b>-3.76%</b>	30/06 PROMOTICA: Grazioli Holding ar
	27/06 PROMOTICA: Grazioli Holding ar

Riassunto Quotazioni Grafici **Notizie** Rating Calendario Società Finanza Consensus Revisio

Riassunto | Tutte le notizie | Altre lingue | Comunicati stampa | Pubblicazioni ufficiali | Notizie del settore

## Promotica : due nuove campagne per Coop Italia

13-07-2022 | 18:46




DESENZANO DEL GARDA (MF-DJ)--Promotica - agenzia loyalty specializzata nella realizzazione di soluzioni marketing atte ad aumentare le vendite, la fidelizzazione e la brand advocacy quotata su Euronext Growth Milan - comunica il lancio di due nuove campagne di fidelizzazione per le insegne del gruppo Coop, con un'operazione commissionata da Coop Alleanza 3.0 e una realizzata per Unicoop Firenze.

Le due operazioni, si legge in una nota, con durata fino ad agosto, del valore complessivo di oltre 9,0 milioni di euro, rinnovano la collaborazione di Promotica con le associate dell'insegna Coop.

Diego Toscani, ad di Promotica, ha commentato: "Tagliamo il traguardo di metà anno con l'avvio di due importanti commesse per le attività promozionali delle insegne Coop Italia, storicamente nostro principale cliente di riferimento. Dopo la svolta di inizio anno con la campagna "Ariapaerta" per Coop Italia, che per la prima volta ci ha permesso di ottenere il riconoscimento nazionale della nostra collaborazione con Coop, prosegue con successo la nostra proposta loyalty per le insegne territoriali del sistema cooperativo".

com/mcn

fine

<b>Testata:</b> 	<b>Data:</b> 13 luglio 2022
<b>Frequenza:</b> online	<b>Pagina:</b> //

Link: <https://www.quibrescia.it/senza-categoria/2022/07/14/promotica-commesse-da-9-milioni-di-euro-da-coop/621113/>

## Promotica, commesse da 9 milioni di euro da Coop

La società bresciana, specializzata nella realizzazione di soluzioni marketing, ha siglato un contratto da 5mln di euro con Coop Alleanza 3.0 e a 4mln da Unicoop Firenze.

di Redazione - 14 Luglio 2022 - 6:59

 Commenta
  Stampa
  Invia notizia
  1 min

[Più informazioni su](#)
 [desenzano del garda](#)









**Desenzano del Garda. Promotica**, società bresciana quotata su Euronext Growth Milan e agenzia loyalty specializzata nella realizzazione di soluzioni marketing per aumentare le vendite, la fidelizzazione e la brand advocacy, ha ottenuto una commessa di oltre 5 milioni di euro per Coop Alleanza 3.0 e una di 4 milioni di euro per Unicoop Firenze, per un totale di oltre 9 milioni di euro. Le due operazioni, con durata fino ad agosto, rinnovano la collaborazione di Promotica con le associate dell'insegna Coop. Fin dal 2011, la società ha instaurato con le cooperative relazioni di lungo termine, ed oggi Coop Italia è, tramite le sue associate, il principale cliente di Promotica.

«**Tagliamo il traguardo di metà anno con l'avvio** di due importanti commesse per le attività promozionali delle insegne Coop Italia, storicamente nostro principale cliente di riferimento – ha commentato l'AD Diego Toscani – Dopo la svolta di inizio anno con la campagna "Ariapaerta" per Coop Italia, che per la prima volta ci ha permesso di ottenere il riconoscimento nazionale della nostra collaborazione con Coop, prosegue con successo la nostra proposta loyalty per le insegne territoriali del sistema cooperativo».

<b>Testata:</b> 	<b>Data:</b> 13 luglio 2022
<b>Frequenza:</b> online	<b>Pagina:</b> //

Link: <https://marketinsight.it/2022/07/14/promotica-avvia-due-nuove-campagne-per-le-insegne-coop-per-oltre-9-mln/>

## PROMOTICA – AVVIA DUE NUOVE CAMPAGNE PER LE INSEGNE COOP PER OLTRE 9 MLN

14/07/2022 8:33

Promotica ha avviato due nuove campagne di fidelizzazione per le insegne del Gruppo Coop.

La prima campagna, per Coop Alleanza 3.0, è una short-collection dal titolo "Ceramiche d'autore", con in palio prodotti artigianali dipinti a mano della collezione tavola firmata dalla storica azienda manifatturiera Brandani.

La seconda operazione, una short-collection per Unicoop Firenze dal titolo "Fai vivere lo sport", promuove lo sport e le attività all'aria aperta ed è una collezione di articoli sportivi firmati da Ferrino (storica azienda italiana specializzata in attrezzatura e abbigliamento per la montagna) e da 7MML (7 Mila Miglia Lontano, associazione culturale impegnata, tra l'altro, in un progetto di sensibilizzazione sull'inquinamento ambientale).

Le due operazioni hanno un valore complessivo di oltre 9 milioni (oltre 5 milioni per Coop Alleanza 3.0 e 4 milioni per Unicoop Firenze) con durata fino ad agosto, rinnovando così la collaborazione di Promotica con le associate dell'insegna Coop.

Infatti, fin dal 2011, la Società ha instaurato con le cooperative relazioni di lungo termine, e oggi Coop Italia, tramite le sue associate, è il principale cliente di Promotica.

La partnership si è ulteriormente consolidata a inizio 2022, con la comunicazione dell'aggiudicazione della commessa per la realizzazione della campagna nazionale per Coop Italia.

###



Testata: <b>GIORNALE DI BRESCIA</b>	Data: 14 luglio 2022
Frequenza: quotidiano	Pagina: 26

# Promotica maxi-commesse per 9 milioni

## La partnership

Il gruppo bresciano avvia due campagne per Alleanza Coop 3.0 e Unicoop Firenze

DESENZANO DEL GARDA. Due commesse pesanti, per un valore complessivo di oltre 9 milioni. Il colpo è stato messo a segno da Promotica, l'agenzia loyalty quotata a Piazza Affari (su Euronext Growth Milan) e specializzata nella realizzazione di campagne marketing per la Gdo al fine di aumentare le vendite, la fidelizzazione dei clienti. La società guidata da Diego Toscani ha comunicato il lancio di nuove campagne di fidelizzazione per le insegne del gruppo Coop, con un'operazione commissionata da Coop Alleanza 3.0 ed una realizzata per Unicoop Firenze.

Le due operazioni, con durata fino ad agosto, hanno un valore complessivo di oltre 9 milioni e rinnovano la collaborazione di Promotica con le asso-



L'ad promotica. Diego Toscani

ciate dell'insegna Coop. Fin dal 2011, la società ha infatti instaurato con le cooperative relazioni di lungo termine, ed oggi Coop Italia è, tramite le sue associate, il principale cliente di Promotica.

**Coop partner importante.** La partnership si è ulteriormente consolidata a inizio 2022, con l'aggiudicazione della commessa per la realizzazione del-

la campagna nazionale per Coop Italia.

**Le nuove commesse.** La prima campagna, per Coop Alleanza 3.0, è una short-collection dal titolo «Ceramiche d'autore», con in palio articoli della collezione tavola, firmata dalla storica azienda manifatturiera Brandani, prodotti artigianali dipinti a mano.

La seconda operazione, una short-collection per Unicoop Firenze, mette al centro la promozione dello sport e delle attività all'aria aperta. «Fai vivere lo sport» è una collezione di articoli sportivi firmati da Ferrino, storica azienda italiana specializzata in attrezzatura e abbigliamento per la montagna, associazione culturale impegnata, tra le altre cose, in un progetto di sensibilizzazione sull'inquinamento ambientale. Accanto a questa iniziativa promozionale diretta ai soci e clienti Coop, l'operazione include anche un catalogo premi rivolto alle associazioni sportive dilettantistiche del territorio toscano, con la finalità di sostenere le stesse.

«Tagliamo il traguardo di metà anno con l'avvio di due importanti commesse - commenta Diego Toscani, ad Promotica - Le insegne Coop Italia sono storicamente nostro principale cliente di riferimento. La svolta di inizio anno con la campagna "Ariapaerta" ci ha permesso di ottenere il riconoscimento nazionale aprendo alle insegne territoriali del sistema cooperativo». //

Testata: <b>Bresciaoggi</b>	Data: 14 luglio 2022
Frequenza: quotidiano	Pagina: 9

**LA QUOTATA** firma 2 nuove campagne di fidelizzazione per il partner

# Promotica-Coop, l'intesa vale altri 9 milioni di euro

Toscani: «Prosegue la nostra proposta loyalty per le insegne territoriali del sistema cooperativo»

●● Promotica spa firma due nuove campagne per Coop. La società con sede a Desenzano del Garda, quotata in Borsa sull'Egm e specializzata nella realizzazione di soluzioni marketing, ha stretto un accordo per le nuove iniziative di fidelizzazione per le insegne del gruppo Coop, con un'operazione commissionata da Coop Alleanza 3.0 e una per Unicoop Firenze.

Le operazioni, con durata fino ad agosto, assommano un valore complessivo di oltre 9 milioni di euro e rinnovano la collaborazione di Promotica con le associate dell'insegna Coop. Fin dal 2011, la società bresciana ha instaurato con le cooperative relazioni di lungo termine ed oggi Coop Italia, tramite le sue associate, è il principale cliente di Promotica. La partnership si è ulteriormente consolidata a inizio 2022, con l'aggiudicazione dell'ordine per la realizzazione della campagna nazionale per Coop Italia, con

un valore tra i 18 e 21 milioni di euro come giro d'affari stimato per Promotica.

La prima azione, per Coop Alleanza 3.0, è una short-collection dal titolo «Ceramiche d'autore», con in palio articoli della collezione tavola, firmata dalla storica azienda manifatturiera Brandani, con prodotti artigianali dipinti a mano. La seconda è intitolata «Fai vivere lo sport», per Unicoop Firenze: mette al centro la promozione dello sport e delle attività all'aria aperta ed è una short-collection di articoli sportivi firmati da Ferrino, storica azienda italiana specializzata in attrezzatura e abbigliamento per la montagna e da 7MML (7 Mila Miglia Lontano), associazione culturale impegnata, tra le altre cose, in un progetto di sensibilizzazione sull'inquinamento ambientale. Accanto a questa iniziativa promozionale diretta ai soci e clienti Coop, l'iniziativa include anche un catalogo premi rivolto alle associazioni sportive dilettantistiche del territorio toscano, con la finalità di sostenere le stesse.

«Tagliamo il traguardo di metà anno con due importan-



Diego Toscani guida Promotica

ti commesse per le insegne Coop Italia, storicamente nostro principale cliente di riferimento - ha commentato Diego Toscani, amministratore delegato di Promotica spa -. Dopo la svolta di inizio anno con la campagna Aria-perta per Coop Italia, che per la prima volta ci ha permesso di ottenere il riconoscimento nazionale della nostra collaborazione con Coop, prosegue con successo la nostra proposta loyalty per le insegne territoriali del sistema cooperativo». Una sinergia che, considerati anche gli ultimi sviluppi, continua a regalare soddisfazioni. ●

© PROMOTICA E COOP