Rassegna Stampa

30 Maggio 2023

Indice

Borse, finito l effetto Usa 3
Italia Oggi - 29/05/2023

Promotica raddoppia i ricavi e cresce 5
MF (ITA) - 29/05/2023

Promotica Spa: il fatturato vola a 89,9 milioni di euro, +127% 6
bresciatoday.it - 29/05/2023

Titolo del giorno, Promotica: i ricavi nel 2022 sono più che raddoppiati e l'azione cresce del 5% in borsa 8
Milanofinanza.it - 29/05/2023

Promotica, nel 2022 utile a € 3,2 mln, +126% 11
Investireoggi.it - 29/05/2023

Promotica, nel 2022 utile a € 3,2 mln, +126% 13
FTAOnline.com - 29/05/2023

Promotica, nel 2022 utile a € 3,2 mln, +126% 15
Traderlink.it - 29/05/2023

Promotica, i conti del 2022 17
abcrisparmio.soldionline.it/notizie - 29/05/2023

Promotica, i conti del 2022 18
247.libero.it - 29/05/2023

Promotica, i conti del 2022 19
soldionline.it - 29/05/2023

Promotica registra un risultato netto positivo 21
lamescolanza.com - 27/05/2023

Desenzano, Promotica: nel 2022 il fatturato ha sfiorato i 90 milioni di euro 23
Quibrescia.it - 27/05/2023

Promotica, i ricavi salgono a tre cifre nel 2022; raddoppia l'utile 25
it.marketscreener.com - 26/05/2023

L exploit di Promotica: i ricavi crescono del 127% 27
Giornale di Brescia - 26/05/2023

Promotica va in accelerazione con i ricavi e il risultato netto 29
Bresciaoggi - 26/05/2023

Ricavi e utili più che raddoppiati 31
Il Sole 24 Ore - 26/05/2023

ItaliaOggi

PAESE :Italia
PAGINE :20
SUPERFICIE :24 %
PERIODICITÀ :Quotidiano□□

DIFFUSIONE :(17147)
AUTORE :Di Massimo Galli

► 30 maggio 2023

I mercati tornano negativi dopo l'accordo sul debito. Milano -0,36%

Borse, finito l'effetto Usa

Chiusa Wall Street. L'euro scende a 1,0715

DI MASSIMO GALLI

Non è durato molto l'effetto dell'accordo sul debito Usa, che venerdì aveva riportato i mercati azionari in territorio positivo dopo alcune sedute sotto la parità. L'avvio della nuova settimana è stato caratterizzato dalle vendite in una giornata priva di Londra e Wall Street, chiuse per festività. A Milano il Ftse Mib ha ceduto lo 0,36% a 26.617 punti. Deboli anche Parigi (-0,21%) e Francoforte (-0,20%). Il titolo del Borussia Dortmund è crollato, chiudendo in calo del 27% e arrivando a cedere fino al 30% dopo che la squadra di calcio tedesca ha perso il campionato all'ultima giornata.

La notizia del debito americano, come ricordano gli analisti, era già stata in parte prezzata. Inoltre i contenuti dell'intesa, che dovrà essere approvata dal Congresso nella seduta di domani, saranno oggetto di ulteriori discussioni fra repubblicani e democratici. L'accordo aumenterà il limite di prestito di 13,4 miliardi di dollari (12,5 mld euro) per due anni, fino a dopo le prossime elezioni presidenziali del 2024, includendo limiti alla spesa pubblica nello stesso periodo. La soluzione permetterà di evitare un default a partire dal 5 giugno. Il presidente americano Joe Biden ha parlato di un compromesso nel quale non tutti ottengono quanto vogliono. Per lo speaker repubblicano alla Camera, Kevin McCarthy, si tratta di un accordo di principio degno del popolo americano.

Nei prossimi giorni l'attenzione è destinata a spostarsi nuovamente sui temi di politica monetaria e, in particolare, sulle prossime mosse della Fed. Intanto, nell'obbligazionario, lo spread Btp-Bund è sceso leggermente a 184,600.

A piazza Affari ben comprata Tenaris (+1,92%), seguita da Amplifon (+1,06%). In leggero progresso Eni (+0,18%). Hanno prevalso le vendite sul comparto bancario: Mps -1,43%, Banco Bpm -1,28%, Bper -0,53%, Intesa Sanpaolo -0,87%, Mediobanca -1,05%, Unicredit -0,24%. Fra le altre blue chip ha perso terreno Erg (-1,55%).

Su Egm hanno strappato al rialzo Casta Diva (+7,51%), dopo i conti del 2022, e UCapital24 (+12,23%). Positiva anche Promotica (+5,19%) che l'anno scorso ha più che raddoppiato sia i ricavi a 89,9 milioni sia l'utile netto a 3,2 milioni. Denaro su Renergetica (+5,37%), mentre le vendite hanno colpito Go Internet (-14,52%) e Mondo Tv Suisse (-7,73%).

Nei cambi, l'euro è sceso a 1,0715 dollari. Per le materie

CDR COMMUNICATION

Tutti i diritti riservati

ItaliaOggi

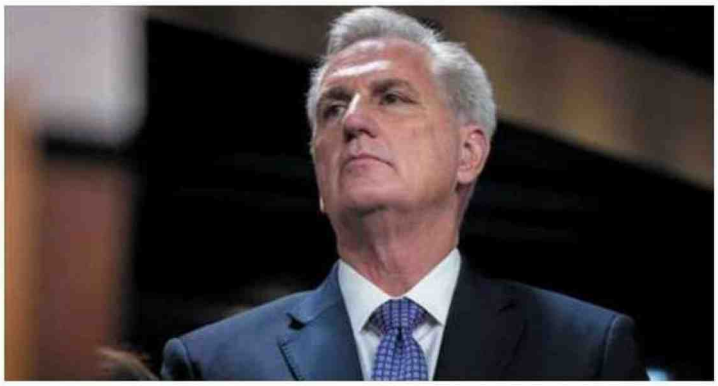
PAESE :Italia
PAGINE :20
SUPERFICIE :24 %
PERIODICITÀ :Quotidiano□□

DIFFUSIONE :(17147)
AUTORE :Di Massimo Galli

► 30 maggio 2023

prime, quotazioni petrolifere in calo, con il Brent a 76,55 dollari (-0,56%).

© Riproduzione riservata



Kevin McCarthy, speaker della Camera degli Stati Uniti

MF

PAESE : Italia
PAGINE :21
SUPERFICIE :8 %
PERIODICITÀ : Quotidiano□□

DIFFUSIONE :(98970)
AUTORE : Di Andrea Boeris

► **30 maggio 2023**

IL CASO/2 *di Andrea Boeris*

Promotica raddoppia i ricavi e cresce

▶ Promotica in evidenza a Piazza Affari con un +5,2% a 2,84 euro, in scia ai risultati finanziari del 2022 che hanno visto il fatturato più che raddoppiare. La società quotata all'Egm e specializzata nella realizzazione di soluzioni marketing mirate ad aumentare le vendite, la fidelizzazione e la brand advocacy ha realizzato lo scorso anno ricavi per 89,9 milioni di euro, in crescita del 127% rispetto ai 39,6 milioni ottenuti l'anno precedente. Il management ha spiegato che l'incremento ha beneficiato delle acquisizioni nel biennio 2021-2022 e anche dell'avvio di importanti campagne loyalty. L'utile netto è salito da 1,4 a 3,2 milioni. A fine 2022 l'indebitamento netto era aumentato a 18,1 milioni, rispetto ai 12,4 milioni di inizio anno, in seguito all'acquisizione di Mercati, per l'acquisto della quota di partecipazione in Goodify e del ramo d'azienda dalla società E-Commerce Outsourcing. (riproduzione riservata)

nel 2022 fatturato a 89,9 milioni per Promotica Spa

Redazione29 maggio 2023 11:18

Approvati i risultati consolidati di gruppo e il progetto di bilancio (al 31 dicembre 2022) di Promotica Spa, agenzia loyalty specializzata nella realizzazione di soluzioni marketing per aumentare le vendite, la fidelizzazione e la brand advocacy con quartier generale a Desenzano del Garda: nel 2022 il fatturato volta a 89,9 milioni di euro, +127% rispetto ai 39,6 milioni dell'anno precedente. L'effetto "booster" è condiviso anche dagli altri indici finanziari: il margine operativo lordo (ebitda) è pari a 6 milioni di euro, +195%; il risultato ante oneri finanziari (ebit) si attesta a 4,2 milioni, +179%. E ancora, utile netto sopra i 3,2 milioni, +126% rispetto ai 1,4 milioni del 2021.
Le parole dell'amministratore delegato

"Siamo molto soddisfatti dei risultati conseguiti nel 2022 - commenta Diego Toscani, amministratore delegato di Promotica - che evidenziano una forte crescita organica grazie, da un lato, all'acquisizione di clienti di primaria rilevanza nell'ambito della grande distribuzione italiana e, dall'altro, all'ingresso in nuovi segmenti di mercato e agli ottimi risultati ottenuti dall'integrazione delle realtà acquisite nel biennio 2021-2022. Inoltre, Promotica ha realizzato significativi risparmi su vari fronti, con benefici attesi sul conto economico grazie alle crescenti sinergie di gruppo. Queste scelte hanno contribuito a ottenere ricavi consolidati più che raddoppiati e, nonostante il rafforzamento del dollaro e gli incrementi dei costi energetici e di materie prime, anche la marginalità ha evidenziato un netto miglioramento".
Storia e numeri di Promotica Spa

Promotica Spa è una delle società leader in Italia nel settore loyalty, quotata dal 27 novembre 2020 sul mercato Euronext Growth Milan. La società è specializzata nei settori retail, food, farmaceutico e servizi: è stata fondata nel 2003 da Diego Toscani, attuale ad, e nel 2022 vanta più di un migliaio di clienti attivi con la realizzazione di oltre 500 campagne e circa 20 milioni di premi erogati. Nell'ultimo anno, in portfolio, diverse commesse milionarie. Il 10 febbraio 2022 Promotica ha comunicato l'avvio della nuova campagna di fidelizzazione per Coop Italia: l'operazione ha un valore indicativo tra i 18 e i 21 milioni di euro ed è la prima a livello nazionale per il cliente Coop.

Valgono invece circa 9 milioni le due nuove campagne avviate la scorsa estate per le insegne del gruppo Coop commissionate da Coop Alleanza 3.0 e da Unicoop Firenze.

Nel novembre scorso è stato comunicato il lancio di 3 nuove campagne nazionali di fidelizzazione a favore delle insegne Gruppo Vega, Conad e Selez per un valore totale di circa 14 milioni di euro. Nel 2022 conclusa anche l'acquisizione (per 7 milioni di euro) della Mercati srl.

Titolo del giorno, Promotica: i ricavi nel 2022 sono più che raddoppiati e l'azione cresce del 5% in borsa

Mercati AzionariLeggi dopo

di Andrea Boeris

La società ha realizzato lo scorso anno ricavi per 89,9 milioni di euro, in crescita del 127% rispetto ai 39,6 milioni ottenuti l'anno precedente. Il management ha spiegato che l'incremento ha beneficiato delle acquisizioni nel biennio 2021-2022

Per iscriversi alla newsletter è necessario prima confermare di aver letto l'informativa privacy.

Promotica in evidenza a Piazza Affari, dove alle ore 15 del 29 maggio guadagna il 5,2% a 2,84, in scia ai risultati finanziari del 2022 che hanno visto il fatturato più che raddoppiare. Nel dettaglio, la società quotata all'Euronext Growth Milan e specializzata nella realizzazione di soluzioni marketing atte ad aumentare le vendite, la fidelizzazione e la brand advocacy ha...

Contenuto riservato agli utenti registrati

Altre news della sezione Mercati Azionari

Le più lette degli ultimi sette giorni

IN COLLEGAMENTO ZOOM
ALBERTO GALLO
CIO & CO-FOUNDER
ANDROMEDA CAPITAL MANAGEMENT
SPECIALE
INVESTIRE CON IL RISCHIO RECESSIONE
PNRR E IL RITARDO DELLA 3° RATA

Per investire senza sbagliare.

Promotica, nel 2022 utile a € 3,2 mln, +126%

di
Financial Trend Analysis, pubblicato il **29 Maggio 2023** alle ore **09:36**

Il Consiglio di Amministrazione di **Promotica** – agenzia loyalty specializzata nella realizzazione di soluzioni marketing atte ad aumentare le vendite, la fidelizzazione e la brand advocacy – riunitosi in data 26 maggio 2023, ha esaminato e approvato i risultati consolidati di Gruppo e il progetto di bilancio al 31 dicembre 2022, redatti secondo i principi contabili italiani.

Ecco in sintesi i dati principali.

* RICAVI al 31 dicembre 2022 a € 89,9 milioni (€ 39,6 milioni nel 2021) +127%;

* EBITDA Adjusted al 31 dicembre 2022 pari a € 6,0 milioni (€ 2,0 milioni) +195%;

* EBITDA Margin Adjusted al 6,7% (5,2%);

* EBIT al 31 dicembre 2022 a € 4,2 milioni (€ 1,5 milioni) +179%;

* EBIT Margin pari al 4,6% (3,8%);

* Risultato netto al 31 dicembre 2022 positivo per € 3,2 milioni (€ 1,4 milioni) +126%;

* Indebitamento Finanziario Netto al 31 dicembre 2022 passivo (debito) per € 18,1 milioni (passivo (debito) € 12,4 milioni);

Diego Toscani, Amministratore Delegato di Promotica, ha così commentato: “Siamo molto soddisfatti dei risultati conseguiti nel 2022 che evidenziano una forte crescita organica grazie da un lato all’acquisizione di clienti di primaria rilevanza nell’ambito della grande distribuzione italiana e dall’altro all’ingresso in nuovi segmenti di mercato e agli ottimi risultati ottenuti dall’integrazione delle realtà acquisite nel biennio 2021-22.

Inoltre, Promotica ha realizzato significativi risparmi su vari fronti con benefici attesi sul conto economico grazie alle crescenti sinergie di gruppo. Queste scelte hanno contribuito a ottenere ricavi consolidati più che raddoppiati e, nonostante il rafforzamento repentino del dollaro in un periodo particolarmente delicato per le gare relative alle campagne di fine anno e gli incrementi dei costi energetici e di materie prime, solo in parte trasferibili sulla clientela, anche la marginalità ha evidenziato un netto miglioramento, con l’utile netto di Gruppo anch’esso più che raddoppiato a oltre €3 milioni.

Il Gruppo – continua Toscani – ha registrato per altro anche significativi successi di immagine oltre che economici come testimoniano le due campagne nazionali di fine anno gestite con Conad (i Goofi, che hanno consentito anche di donare 2,5 milioni di euro a vari istituti ospedalieri con un significativo impatto sociale) e con Selex (Trudi, campagna di grande successo e forte impatto grazie ad un brand storico di cui Promotica ha l’esclusiva e ad una campagna di comunicazione di grande qualità).

La politica di crescita a piccoli passi ha premiato le relazioni con i clienti esistenti e ha consentito l’apertura mirata di nuovi rapporti che verranno ulteriormente consolidati e accelerati nell’anno in corso. In particolare, è stato approcciato il canale utilities con alcuni significativi risultati nell’apertura di rapporti con player di primo piano che non mancheranno di riverberare i loro effetti nel corso del 2023, e sono state raccolte significative soddisfazioni in nuovi mercati, come quelli B2B legati al nuovo ramo Promotica Milano derivato in buona parte dalla acquisizione del ramo ex Giglio, sia a quelli più squisitamente digitali, come quelli con le multiutilities.

All’estero nuove attività sono state sviluppate in tutti i paesi dell’Est e del Nord Europa ed è intenzione del management perseguire possibili sviluppi in tutta Europa attraverso partnership, acquisizioni, o con un intervento diretto. Infine, Promotica continuerà nel corso del 2023 ad attuare le proprie politiche legate alla sostenibilità e alle strategie di ESG a cui da sempre la Società è attenta. A testimonianza dell’impegno profuso, per il secondo anno consecutivo verrà approvato il bilancio di Sostenibilità che segna il compimento della prima parte di un percorso di crescita culturale che ha visto coinvolta l’intera struttura aziendale”.

(GD – www.ftaonline.com)

Promotica, nel 2022 utile a € 3,2 mln, +126%

di FTA Online Newspubblicato: 29 mag. 2023 10:24

3 min

ArgomentiMercato ItalianoComunicati titoli italiaPromotica Promuovi la tua attività e massimizza la visibilità del tuo marchio con le nostre opportunità pubblicitarie Scrivi una mail a marketing@ftaonline.com

Il Consiglio di Amministrazione di Promotica - agenzia loyalty specializzata nella realizzazione di soluzioni marketing atte ad aumentare le vendite, la fidelizzazione e la brand advocacy – riunitosi in data 26 maggio 2023, ha esaminato e approvato i risultati consolidati di Gruppo e il progetto di bilancio al 31 dicembre 2022, redatti secondo i principi contabili italiani.

Ecco in sintesi i dati principali.

* RICAVI al 31 dicembre 2022 a € 89,9 milioni (€ 39,6 milioni nel 2021) +127%;

* EBITDA Adjusted al 31 dicembre 2022 pari a € 6,0 milioni (××× 2,0 milioni) +195%;

* EBITDA Margin Adjusted al 6,7% (5,2%);

* EBIT al 31 dicembre 2022 a € 4,2 milioni (€ 1,5 milioni) +179%;

* EBIT Margin pari al 4,6% (3,8%);

* Risultato netto al 31 dicembre 2022 positivo per € 3,2 milioni (€ 1,4 milioni) +126%;

* Indebitamento Finanziario Netto al 31 dicembre 2022 passivo (debito) per € 18,1 milioni (passivo (debito) € 12,4 milioni);

Diego Toscani, Amministratore Delegato di Promotica, ha così commentato: "Siamo molto soddisfatti dei risultati conseguiti nel 2022 che evidenziano una forte crescita organica grazie da un lato all'acquisizione di clienti di primaria rilevanza nell'ambito della grande distribuzione italiana e dall'altro all'ingresso in nuovi segmenti di mercato e agli ottimi risultati ottenuti dall'integrazione delle realtà acquisite nel biennio 2021-22. Inoltre, Promotica ha realizzato significativi risparmi su vari fronti con benefici attesi sul conto economico grazie alle crescenti sinergie di gruppo. Queste scelte hanno contribuito a ottenere ricavi consolidati più che raddoppiati e, nonostante il rafforzamento repentino del dollaro in un periodo particolarmente delicato per le gare relative alle campagne di fine anno e gli incrementi dei costi energetici e di materie prime, solo in parte trasferibili sulla clientela, anche la marginalità ha evidenziato un netto miglioramento, con l'utile netto di Gruppo anch'esso più che raddoppiato a oltre €3 milioni.

Il Gruppo – continua Toscani – ha registrato per altro anche significativi successi di immagine oltre che economici come testimoniano le due campagne nazionali di fine anno gestite con Conad (i Goofi, che hanno consentito anche di donare 2,5 milioni di euro a vari istituti ospedalieri con un significativo impatto sociale) e con Selex (Trudi, campagna di grande successo e forte impatto grazie ad un brand storico di cui Promotica ha l'esclusiva e ad una campagna di comunicazione di grande qualità).

La politica di crescita a piccoli passi ha premiato le relazioni con i clienti esistenti e ha consentito l'apertura mirata di nuovi rapporti che verranno ulteriormente consolidati e accelerati nell'anno in corso. In particolare, è stato approcciato il canale utilities con alcuni significativi risultati nell'apertura di rapporti con player di primo piano che non mancheranno di riverberare i loro effetti nel corso del 2023, e sono state raccolte significative soddisfazioni in nuovi mercati, come quelli B2B legati al nuovo ramo Promotica Milano derivato in buona parte dalla acquisizione del ramo ex Giglio, sia a quelli più squisitamente digitali, come quelli con le multiutilities.

All'estero nuove attività sono state sviluppate in tutti i paesi dell'Est e del Nord Europa ed è intenzione del management perseguire possibili sviluppi in tutta Europa attraverso partnership, acquisizioni, o con un intervento diretto. Infine, Promotica continuerà nel corso del 2023 ad attuare le proprie politiche legate alla sostenibilità e alle strategie di ESG a cui da sempre la Società è attenta. A testimonianza dell'impegno profuso, per il secondo anno consecutivo verrà approvato il bilancio di Sostenibilità che segna il compimento della prima parte di un percorso di crescita culturale che ha visto coinvolta l'intera struttura aziendale".

GD - www.ftaonline.com

Promotica, nel 2022 utile a € 3,2 mln, +126%

29/05/2023 10:24

Il Consiglio di Amministrazione di Promotica - agenzia loyalty specializzata nella realizzazione di soluzioni marketing atte ad aumentare le vendite, la fidelizzazione e la brand advocacy – riunitosi in data 26 maggio 2023, ha esaminato e approvato i risultati consolidati di Gruppo e il progetto di bilancio al 31 dicembre 2022, redatti secondo i principi contabili italiani.

Ecco in sintesi i dati principali.

* RICAVI al 31 dicembre 2022 a € 89,9 milioni (€ 39,6 milioni nel 2021) +127%;

* EBITDA Adjusted al 31 dicembre 2022 pari a € 6,0 milioni (××× 2,0 milioni) +195%;

* EBITDA Margin Adjusted al 6,7% (5,2%);

* EBIT al 31 dicembre 2022 a € 4,2 milioni (€ 1,5 milioni) +179%;

* EBIT Margin pari al 4,6% (3,8%);

* Risultato netto al 31 dicembre 2022 positivo per € 3,2 milioni (€ 1,4 milioni) +126%;

* Indebitamento Finanziario Netto al 31 dicembre 2022 passivo (debito) per € 18,1 milioni (passivo (debito) € 12,4 milioni);

Diego Toscani, Amministratore Delegato di Promotica, ha così commentato: "Siamo molto soddisfatti dei risultati conseguiti nel 2022 che evidenziano una forte crescita organica grazie da un lato all'acquisizione di clienti di primaria rilevanza nell'ambito della grande distribuzione italiana e dall'altro all'ingresso in nuovi segmenti di mercato e agli ottimi risultati ottenuti dall'integrazione delle realtà acquisite nel biennio 2021-22.

Inoltre, Promotica ha realizzato significativi risparmi su vari fronti con benefici attesi sul conto economico grazie alle crescenti sinergie di gruppo. Queste scelte hanno contribuito a ottenere ricavi consolidati più che raddoppiati e, nonostante il rafforzamento repentino del dollaro in un periodo particolarmente delicato per le gare relative alle campagne di fine anno e gli incrementi dei costi energetici e di materie prime, solo in parte trasferibili sulla clientela, anche la marginalità ha evidenziato un netto miglioramento, con l'utile netto di Gruppo anch'esso più che raddoppiato a oltre €3 milioni.

Il Gruppo – continua Toscani – ha registrato per altro anche significativi successi di immagine oltre che economici come testimoniano le due campagne nazionali di fine anno gestite con Conad (i Goofi, che hanno consentito anche di donare 2,5 milioni di euro a vari istituti ospedalieri con un significativo impatto sociale) e con Selex (Trudi, campagna di grande successo e forte impatto grazie ad un brand storico di cui Promotica ha l'esclusiva e ad una campagna di comunicazione di grande qualità).

La politica di crescita a piccoli passi ha premiato le relazioni con i clienti esistenti e ha consentito l'apertura mirata di nuovi rapporti che verranno ulteriormente consolidati e accelerati nell'anno in corso. In particolare, è stato approcciato il canale utilities con alcuni significativi risultati nell'apertura di rapporti con player di primo piano che non mancheranno di riverberare i loro effetti nel corso del 2023, e sono state raccolte significative soddisfazioni in nuovi mercati, come quelli B2B legati al nuovo ramo Promotica Milano derivato in buona parte dalla acquisizione del ramo ex Giglio, sia a quelli più squisitamente digitali, come quelli con le multiutilities.

All'estero nuove attività sono state sviluppate in tutti i paesi dell'Est e del Nord Europa ed è intenzione del management perseguire possibili sviluppi in tutta Europa attraverso partnership, acquisizioni, o con un intervento diretto. Infine, Promotica continuerà nel corso del 2023 ad attuare le proprie politiche legate alla sostenibilità e alle strategie di ESG a cui da sempre la Società è attenta.
A testimonianza dell'impegno profuso, per il secondo anno consecutivo verrà approvato il bilancio di Sostenibilità che segna il compimento della prima parte di un percorso di crescita culturale che ha visto coinvolta l'intera struttura aziendale".

GD - www.ftaonline.com

© TraderLink News - Direttore Responsabile Marco Valeriani - Riproduzione vietata

Promotica, i conti del 2022

Promotica - società quotata all'Euronext Growth Milan e specializzata nella realizzazione di soluzioni marketing atte ad aumentare le vendite, la fidelizzazione e la brand advocacy - ha comunicato i risultati finanziari del 2022, esercizio chiuso con ricavi per 89,9 milioni di euro, in crescia del 127% rispetto ai 39,6 milioni ottenuti l'anno precedente. Il management ha spiegato che l'incremento ha beneficiato delle acquisizioni nel biennio 2021-2022 e dell'avvio di importanti campagne loyalty. L' utile netto è salito da 1,4 milioni a 3,2 milioni di euro. A fine 2022 l' indebitamento netto era aumentato a 18,1 milioni di euro, rispetto ai 12,4 milioni di inizio anno, in seguito all'acquisizione di Mercati, per l'acquisto della quota di partecipazione in Goodify e per l'acquisto del ramo d'azienda dalla società E-Commerce Outsourcing.

Il consiglio di amministrazione di Promotica ha proposto di destinare a riserve l'utile di esercizio della capogruppo, pari a 2,95 milioni di euro.

Il management di Promotica ha segnalato che anche nel 2023 la crescita organica sarà accompagnata, in linea con la strategia annunciata in sede di quotazione, dalla valutazione attenta di possibili ulteriori acquisizioni per incrementare i servizi offerti e i mercati serviti, per rafforzare la propria posizione sul mercato italiano ma soprattutto sviluppare i mercati esteri.

Promotica, i conti del 2022

Commerce Outsourcing. Il consiglio di amministrazione di Promotica ha proposto di destinare a riserve l'utile di esercizio della capogruppo , pari a 2,95 milioni di euro. Il management di Promotica ha segnalato che anche nel 2023 la ... ...

Promotica, i conti del 2022

di **Redazione Lapenna del Web**29 mag 2023 ore 08:10Le news sul tuo Smartphone

Promotica - società quotata all'Euronext Growth Milan e specializzata nella realizzazione di soluzioni marketing atte ad aumentare le vendite, la fidelizzazione e la brand advocacy - ha comunicato i risultati finanziari del 2022, esercizio chiuso con **ricavi** per 89,9 milioni di euro, in crescia del 127% rispetto ai 39,6 milioni ottenuti l'anno precedente. Il management ha spiegato che l'incremento ha beneficiato delle acquisizioni nel biennio 2021-2022 e dell'avvio di importanti campagne loyalty. L' **utile netto** è salito da 1,4 milioni a 3,2 milioni di euro. A fine 2022 l'**indebitamento netto** era aumentato a 18,1 milioni di euro, rispetto ai 12,4 milioni di inizio anno, in seguito all'acquisizione di Mercati, per l'acquisto della quota di partecipazione in Goodify e per l'acquisto del ramo d'azienda dalla società E-Commerce Outsourcing.

Il consiglio di amministrazione di Promotica ha proposto di **destinare a riserve l'utile di esercizio della capogruppo**, pari a 2,95 milioni di euro.

Il management di Promotica ha segnalato che anche nel 2023 la crescita organica sarà accompagnata, in linea con la strategia annunciata in sede di quotazione, dalla valutazione attenta di **possibili ulteriori acquisizioni** per incrementare i servizi offerti e i mercati serviti, per rafforzare la propria posizione sul mercato italiano ma soprattutto sviluppare i mercati esteri.
Questo scritto è redatto a solo scopo informativo, può essere modificato in qualsiasi momento e NON può essere considerato sollecitazione al pubblico risparmio. Il sito web non garantisce la correttezza e non si assume la responsabilità in merito all'uso delle informazioni ivi riportate.

Promotica registra un risultato netto positivo

La mescolanza

Hot Topics

- 27 Maggio 2023|Psoriasi ostacolo per la propria realizzazione personale
- 27 Maggio 2023|Dott vince la gara per continuare il servizio di monopattini elettrici a Roma per i prossimi tre anni
- 27 Maggio 2023|Fotovoltaico per il turismo: Lemon Sistemi Spa raddoppia il fatturato
- 27 Maggio 2023|Bofrost: celle frigorifere aperte per salvare le opere d'arte alluvionate. E per la Romagna parte una raccolta fondi tra i clienti
- 27 Maggio 2023|Il borsino dei direttori generali / Vita da Dg, una vita complicata
- 27 Maggio 2023|Tutti amano il biologico. Bar e ristoranti si adeguano alla domanda green dei consumatori
- 27 Maggio 2023|Promotica registra un risultato netto positivo
- 27 Maggio 2023|PharmaNutra e Fernando Alonso, una partnership per il benessere di muscoli e articolazioni
- 27 Maggio 2023|Il Ministero della Salute finanzia due importanti presidi ospedalieri in Puglia
- 27 Maggio 2023|Eni, FISE e Scuderia 1918 insieme per una maggiore sostenibilità degli Sport Equestri

Generic selectors

Exact matches only

Search in title

Search in content

Post Type Selectors

27 Maggio 2023

Promotica S.p.A., un'agenzia di loyalty specializzata nella realizzazione di soluzioni marketing per incrementare le vendite, la fidelizzazione e la brand advocacy, ha reso noti i risultati consolidati del Gruppo e il progetto di bilancio al 31 dicembre 2022.

I ricavi al 31 dicembre 2022 sono stati di € 89,9 milioni, registrando un aumento del 127% rispetto all'anno precedente (€ 39,6 milioni). L'EBITDA adjusted è stato pari a € 6,0 milioni, segnando un aumento del 195% rispetto al periodo precedente (€ 2,0 milioni). L'EBITDA margin adjusted ha raggiunto il 6,7% rispetto al 5,2% dell'anno precedente. L'EBIT al 31 dicembre 2022 è stato di € 4,2 milioni, con un incremento del 179% rispetto all'anno precedente (€ 1,5 milioni). L'EBIT margin è stato del 4,6% rispetto al 3,8% dell'anno precedente.

Il risultato netto al 31 dicembre 2022 è stato positivo per € 3,2 milioni, mostrando un aumento del 126% rispetto all'anno precedente (€ 1,4 milioni). L'Indebitamento Finanziario Netto al 31 dicembre 2022 è risultato negativo (debito) per € 18,1 milioni, in aumento rispetto al passivo (debito) di € 12,4 milioni dell'anno precedente.

Questi risultati positivi testimoniano la crescita e il successo di Promotica S.p.A. nel settore della loyalty e delle soluzioni di marketing. L'azienda si impegna a continuare a offrire soluzioni innovative per soddisfare le esigenze dei propri clienti e a mantenere una solida posizione finanziaria nel mercato.

Diego Toscani, nella foto, Amministratore Delegato di Promotica, ha così commentato: "Siamo molto soddisfatti dei risultati conseguiti nel 2022 che evidenziano una forte crescita organica grazie da un lato all'acquisizione di clienti di primaria rilevanza nell'ambito della grande distribuzione italiana e dall'altro all'ingresso in nuovi segmenti di mercato e agli ottimi risultati ottenuti dall'integrazione delle realtà acquisite nel biennio 2021-22. Inoltre, Promotica ha realizzato significativi risparmi su vari fronti con benefici attesi sul conto economico grazie alle crescenti sinergie di gruppo. Queste scelte hanno contribuito a ottenere ricavi consolidati più che raddoppiati e, nonostante il rafforzamento repentino del dollaro in un periodo particolarmente delicato per le gare relative alle campagne di fine anno e gli incrementi dei costi energetici e di materie prime, solo in parte trasferibili sulla clientela, anche la marginalità ha evidenziato un netto miglioramento, con l'utile netto di Gruppo anch'esso più che raddoppiato a oltre €3 milioni. Il Gruppo – continua Toscani – ha registrato per altro anche significativi successi di immagine oltre che economici come testimoniano le due campagne nazionali di fine anno gestite con Conad (i Goofi, che hanno consentito anche di donare 2,5 milioni di euro a vari istituti ospedalieri con un significativo impatto sociale) e con Selex (Trudi, campagna di grande successo e forte impatto grazie ad un brand storico di cui Promotica ha l'esclusiva e ad una campagna di comunicazione di grande qualità). La politica di crescita a piccoli passi ha premiato le relazioni con i clienti esistenti e ha consentito l'apertura mirata di nuovi rapporti che verranno ulteriormente consolidati e accelerati nell'anno in corso. In particolare, è stato approcciato il canale utilities con alcuni significativi risultati nell'apertura di rapporti con player di primo piano che non mancheranno di riverberare i loro effetti nel corso del 2023, e sono state raccolte significative soddisfazioni in nuovi mercati, come quelli B2B legati al nuovo ramo Promotica Milano derivato in buona parte dalla acquisizione del ramo ex Giglio, sia a quelli più squisitamente digitali, come quelli con le multiutilities. All'estero nuove attività sono state sviluppate in tutti i paesi dell'Est e del Nord Europa ed è intenzione del management perseguire possibili sviluppi in tutta Europa attraverso partnership, acquisizioni, o con un intervento diretto. Infine, Promotica continuerà nel corso del 2023 ad attuare le proprie politiche legate alla sostenibilità e alle strategie di ESG a cui da sempre la Società è attenta. A testimonianza dell'impegno profuso, per il secondo anno consecutivo verrà approvato il bilancio di Sostenibilità che segna il compimento della prima parte di un percorso di crescita culturale che ha visto coinvolta l'intera struttura aziendale."

Desenzano, Promotica: nel 2022 il fatturato ha sfiorato i 90 milioni di euro

Imprese

La società, quotata all'Euronext Growth Milan e specializzata nella realizzazione di soluzioni marketing atte ad aumentare le vendite, la fidelizzazione e la brand advocacy, ha approvato il bilancio, più che raddoppiato rispetto il valore del 2021 grazie alle acquisizioni effettuate nel corso del biennio 2021-2022. Leggi tutto: https://www.soldionline.it/notizie/azioni-italia/promotica-ricavi-2022?cp=1

di
Redazione

- 27 Maggio 2023 - 10:14

- Commenta
- Stampa
- Invia notizia
- 3 min

Più informazioni su

- Promotica
- Diego Toscani
- Desenzano del Garda

Desenzano del Garda. Il Consiglio di Amministrazione di Promotica S.p.A., agenzia loyalty specializzata nella realizzazione di soluzioni marketing atte ad aumentare le vendite, la fidelizzazione e la brand advocacy – ha approvato i risultati consolidati di Gruppo e il progetto di bilancio al 31 dicembre 2022.
«Siamo molto soddisfatti dei risultati conseguiti nel 2022 che evidenziano una forte crescita organica grazie da un lato all'acquisizione di clienti di primaria rilevanza nell'ambito della grande distribuzione italiana e dall'altro all'ingresso in nuovi segmenti di mercato e agli ottimi risultati ottenuti dall'integrazione delle realtà acquisite nel biennio 2021-22- ha commentato Diego Toscani, Amministratore Delegato di Promotica. – Inoltre, Promotica ha realizzato significativi risparmi su vari fronti con benefici attesi sul conto economico grazie alle crescenti sinergie di gruppo. Queste scelte hanno contribuito a ottenere ricavi consolidati più che raddoppiati e, nonostante il rafforzamento repentino del dollaro in un periodo particolarmente delicato per le gare relative alle campagne di fine anno e gli incrementi dei costi energetici e di materie prime, solo in parte trasferibili sulla clientela, anche la marginalità ha evidenziato un netto

miglioramento, con l'utile netto di Gruppo anch'esso più che raddoppiato a oltre 3 milioni di euro».

«Il Gruppo – ha aggiunto Toscani – ha registrato per altro anche significativi successi di immagine oltre che economici come testimoniano le due campagne nazionali di fine anno gestite con Conad (i Goofi, che hanno consentito anche di donare 2,5 milioni di euro a vari istituti ospedalieri con un significativo impatto sociale) e con Selex (Trudi, campagna di grande successo e forte impatto grazie ad un brand storico di cui Promotica ha l'esclusiva e ad una campagna di comunicazione di grande qualità). La politica di crescita a piccoli passi ha premiato le relazioni con i clienti esistenti e ha consentito l'apertura mirata di nuovi rapporti che verranno ulteriormente consolidati e accelerati nell'anno in corso. In particolare, è stato approcciato il canale utilities con alcuni significativi risultati nell'apertura di rapporti con player di primo piano che non mancheranno di riverberare i loro effetti nel corso del 2023, e sono state raccolte significative soddisfazioni in nuovi mercati, come quelli B2B legati al nuovo ramo Promotica Milano derivato in buona parte dalla acquisizione del ramo ex Giglio, sia a quelli più squisitamente digitali, come quelli con le multiutilities. All'estero nuove attività sono state sviluppate in tutti i paesi dell'Est e del Nord Europa ed è intenzione del management perseguire possibili sviluppi in tutta Europa attraverso partnership, acquisizioni, o con un intervento diretto. Infine, Promotica continuerà nel corso del 2023 ad attuare le proprie politiche legate alla sostenibilità e alle strategie di ESG a cui da sempre la Società è attenta. A testimonianza dell'impegno profuso, per il secondo anno consecutivo verrà approvato il bilancio di Sostenibilità che segna il compimento della prima parte di un percorso di crescita culturale che ha visto coinvolta l'intera struttura aziendale».

I ricavi delle vendite e delle prestazioni del gruppo, espressione del core business ovvero l'organizzazione e la gestione di campagne di fidelizzazione della clientela realizzate attraverso la progettazione delle meccaniche, lo sviluppo degli aspetti creativi, la definizione degli aspetti legali e la gestione fisica dei premi, compresa la loro fornitura, sono pari a 89,9 milioni rispetto ai 39,6 milioni conseguiti nel 2021. La crescita del fatturato ha beneficiato, oltre che degli effetti delle acquisizioni effettuate nel corso del biennio 2021-2022, dell'avvio di importanti campagne loyalty e della penetrazione in nuovi clienti e nuovi segmenti di mercato. La crescita organica, rappresentata dall'andamento di Promotica S.p.A., ha sfiorato il 76% a 63,3 milioni rispetto ai 36,0 milioni del 2021.
Il margine industriale è pari a 25,5 milioni rispetto a 11,1 milioni con un'incidenza percentuale sul fatturato in leggero miglioramento al 28,3% rispetto al 28,1% dell'esercizio precedente.
L'EBITDA è pari a 5,5 milioni rispetto a 2,0 milioni nel 2021 (+169%), con un EBITDA margin pari al 6,1%, rispetto al 5,2% a fine esercizio 2021.
L'EBITDA Adjusted risulta pari a 6 milioni al 31 dicembre 2022 rispetto a 2 milioni del 2021, con una marginalità al 6,7% rispetto a 5,2% dell'esercizio precedente, determinato depurando gli oneri diversi di gestione dalle penalità contrattuali aventi natura assolutamente straordinaria e non ripetibile per totali 545.145 corrisposti dalla Capogruppo.
Dopo aver spesato ammortamenti e svalutazioni per 1,3 milioni, il risultato operativo (EBIT) corrisponde a 4,2 milioni rispetto a 1,5 milioni, con un EBIT Margin del 4,6%, rispetto a 3,8% dell'esercizio precedente.
Il risultato netto è più che raddoppiato a 3,2 milioni rispetto a 1,4 milioni al 31 dicembre 2021 (+131%).

Tutti i diritti riservati

Promotica, i ricavi salgono a tre cifre nel 2022; raddoppia l'utile

Invia tramite e-mail : Cognome : Nome : Il tuo indirizzo e-mail* : Indirizzo e-mail dei destinatari* : *(Puoi inserire più indirizzi e-mail separandoli con un punto e virgola)* Messaggio personale : **Campi obbligatori*

(Alliance News) - Promotica Spa ha fatto sapere venerdì che il consiglio di amministrazione ha approvato i risultati annuali per l'esercizio 2022, avendo riportato un utile più che raddoppiato a EUR3,2 milioni da EUR1,4 milioni al 31 dicembre 2021.

I ricavi nel periodo ammontano a EUR89,9 milioni, in aumento del 127% da EUR39,6 milioni nell'anno precedente.

L'Ebitda adjusted al 31 dicembre 2022 è pari a EUR6,0 milioni, su del 195% da EUR2,0 milioni.

L'Ebitda margin è pari al 6,7% dal 5,2% l'anno prima.

L'Ebit al 31 dicembre 2022 ammonta a EUR4,2 milioni da EUR1,5 milioni, in rialzo del 197%.

L'Ebit margin è pari al 4,6% dal 3,8% nel 2021.

L'indebitamento finanziario netto al 31 dicembre 2022 è a debito per EUR18,1 milioni da uno a debito per EUR12,4 milioni nell'anno precedente.

Guardando al futuro, "in un contesto caratterizzato da elevata inflazione, trainata dall'andamento dei prezzi delle materie prime energetiche, e congiuntamente da elevata incertezza sull'evoluzione della guerra tra Russia e Ucraina, il gruppo Promotica continuerà ad operare prevalentemente nella filiera della GDO espandendo la sua attività loyalty in nuovi segmenti di mercato, a sviluppare il settore dell'industria leveraggiando le sue competenze in ambito digitale, e ad attuare le proprie politiche legate alla sostenibilità e alle strategie di ESG", ha spiegato la società in una nota.

"Il gruppo, in questi primi mesi dell'esercizio 2023, sta beneficiando della politica di crescita che ha consentito sia di siglare nuove esclusive di marchio con i fornitori sia di acquisire nuovi clienti. Questa strategia ha assunto un ulteriore valore alla luce delle operazioni di acquisizione e, grazie alle crescenti sinergie di gruppo, si stanno

realizzando significativi risparmi su vari fronti con benefici attesi sul conto economico. In questo ambito, darà i suoi frutti anche il grosso lavoro svolto negli anni per la ricerca di produttori italiani e per lo sviluppo di campagne ecosostenibili".

Diego Toscani, amministratore delegato di Promotica, ha commentato: "Siamo molto soddisfatti dei risultati conseguiti nel 2022 che evidenziano una forte crescita organica grazie da un lato all'acquisizione di clienti di primaria rilevanza nell'ambito della grande distribuzione italiana e dall'altro all'ingresso in nuovi segmenti di mercato e agli ottimi risultati ottenuti dall'integrazione delle realtà acquisite nel biennio 2021-22. Inoltre, Promotica ha realizzato significativi risparmi su vari fronti con benefici attesi sul conto economico grazie alle crescenti sinergie di gruppo".

"Queste scelte hanno contribuito a ottenere ricavi consolidati più che raddoppiati e, nonostante il rafforzamento repentino del dollaro in un periodo particolarmente delicato per le gare relative alle campagne di fine anno e gli incrementi dei costi energetici e di materie prime, solo in parte trasferibili sulla clientela, anche la marginalità ha evidenziato un netto miglioramento, con l'utile netto di gruppo anch'esso più che raddoppiato a oltre EUR3 milioni".

Venerdì, Promotica ha chiuso in ribasso dello 0,7% a EUR2,70 per azione.

Di Claudia Cavaliere, Alliance News reporter

Commenti e domande a redazione@alliancenews.com

Copyright 2023 Alliance News IS Italian Service Ltd. Tutti i diritti riservati.

GIORNALE DI BRESCIA

PAESE :Italia
PAGINE :34
SUPERFICIE :21 %

DIFFUSIONE :(24993)
AUTORE :N.D.

► 27 maggio 2023

L'exploit di Promotica: i ricavi crescono del 127%

Nel 2022 tutti i valori sono più che raddoppiati: l'utile sale a 3,2 milioni Toscani: «Ora l'Europa»

Il bilancio

DESENZANO DEL GARDA. Promotica spicca il volo. E lo fa con una crescita organica sul mercato italiano grazie a nuovi clienti di «primaria rilevanza» della Gdo, ma anche grazie all'ingresso in nuovi segmenti di mercato grazie alle acquisizioni fatte nel 2021 e 2022.

Il cda del gruppo guidato da Diego Toscani ha approvato i risultati di bilancio consolidato del 2022 che chiudono con un balzo del 127% dei ricavi, passati da 39,6 milioni del 2021 ai 89,9 milioni del 2022. Nell'area di consolidamento rientrano anche Kiki Lab srl, la società Grani & Partners e la sua partecipata Grani & Partners H.K e dal luglio 2022 anche Mercati srl.

La crescita del fatturato ha beneficiato, oltre che degli effetti delle acquisizioni dell'avvio di importanti campagne loyalty. Da sola Promotica ha fatto un balzo del 76% a 63,3 milioni rispetto ai 36 milioni del 2021.

Gli indici. L'Ebitda è pari 5,5 milioni (L'Ebitda Adjusted depurato da oneri straordinari e non ripetibili, è pari a 6 milioni con una marginalità al 6,7% rispetto a 5,2% dell'esercizio precedente). Dopo aver spesato ammortamenti e svalutazioni per 1,3 milioni, il risultato operativo è di 4,2 milioni rispetto a 1,5 milioni. L'utile netto è più che raddoppiato, passando da 1,4 milioni a 3,2 milioni (+131%), interamente destinato a riserva. Cresce l'indebitamento che passa da12,4 milioni a 18,1 milioni per via dell'acquisizione di Mercati srl .

L'ad Diego Toscani si dichiara soddisfatto. «Promotica ha realizzato significativi risparmi su vari fronti con benefici attesi sul conto economico grazie alle crescenti sinergie di gruppo - spieha -. Queste scelte hanno contribuito a ottenere ricavi consolidati più che raddoppiati e, nonostante il rafforzamento repentino del dollaro in un periodo particolarmente delicato per le gare relative alle campagne di fine anno e gli incrementi dei costi energetici e di materie prime, solo in parte trasferibili sulla clientela, anche la marginalità ha evidenziato un miglioramento».

Fiore all'occhiello dell'esercizio le due campagne nazionali di fine anno gestite con Conad (i Goofi, che hanno consentito anche di donare 2,5 milioni di euro a vari istituti ospedalieri con un significativo impatto sociale) e con Selex (Trudi, campagna di grande successo e forte impatto grazie ad un brand storico).

«La politica di crescita a piccoli passi ha premiato - conclude l'ad - le relazioni con i clienti esistenti e ha consentito l'apertura mirata di nuovi rapporti che verranno ulteriormente consolidati e accelerati nel 2023». // R. RAGA.

CDR COMMUNICATION
Tutti i diritti riservati

GIORNALE DI BRESCIA

PAESE :Italia
PAGINE :34
SUPERFICIE :21 %

DIFFUSIONE :(24993)
AUTORE :N.D.

► 27 maggio 2023

Alla guida di Promotica. L'ad Diego Toscani

CDR COMMUNICATION

Tutti i diritti riservati

Bresciaoggi

PAESE :Italia
PAGINE :9
SUPERFICIE :24 %

DIFFUSIONE :(16000)
AUTORE :Manuel Venturi

► 27 maggio 2023

LA QUOTATA Il gruppo che fa riferimento alla spa di Desenzano archivia un 2022 all'insegna delle soddisfazioni

Promotica va in accelerazione con i ricavi e il risultato netto

Manuel Venturi

●● Promotica spa archivia un 2022 di forte crescita. Il Cda dell'azienda con sede a Desenzano del Garda, agenzia loyalty specializzata nella realizzazione di soluzioni marketing e quotata in Borsa, ha approvato i risultati consolidati al 31 dicembre scorso: i ricavi, frutto dell'organizzazione e gestione di campagne di fidelizzazione della clientela realizzate attraverso la progettazione delle meccaniche, lo sviluppo degli aspetti creativi, la definizione degli aspetti legali e la gestione fisica dei premi, sono pari a 89,858 milioni di euro, in progresso del 127% rispetto ai 39,56 mln di euro del 2021.

La crescita ha beneficiato, oltre che degli effetti delle acquisizioni effettuate nel biennio 2021-22, dell'avvio di importanti campagne loyalty, del supporto a nuovi clienti e dell'ingresso in ulteriori segmenti di mercato. L'incremento organico sfiora il 76% a 63,3 mln. Il margine industriale è pari a 25,455 mln, contro i 11,104 mln dell'esercizio precedente (+129,2%). Schizzano verso l'alto anche l'ebitda, da 2,043 mln a 5,492 mln di euro (+168,8%) e l'utile netto, da 1,381 mln a 3,186 mln di euro (+130,7%). Il Consiglio di amministrazione propone di destinare l'utile della capogruppo (2 milioni 951.353,86 euro) per 2,942 mln a riserva straordinaria e per 8.922,53 euro a riserva legale. I soci si pronunceranno sui nell'assemblea del 26 giugno (in unica convocazione), in cui sarà anche rinnovato il vertice della spa.

«Siamo molto soddisfatti dei risultati conseguiti nel 2022, che evidenziano una forte crescita organica grazie all'acquisizione di clienti di primaria rilevanza nell'ambito della grande distribuzione italiana e all'ingresso in nuovi segmenti di mercato - commenta Diego Toscani, presidente e amministratore delegato di Promotica -. Il gruppo ha registrato anche significativi successi di immagine oltre che economici, come testimoniano le due campagne nazionali di fine anno gestite con Conad e Selex: la politica di sviluppo a piccoli passi ha premiato le relazioni con i committenti esistenti e consentito l'apertura mirata di nuovi rapporti, che verranno ulteriormente consolidati e accelerati nel 2023». Nuove attività sono state sviluppate in tutti i paesi dell'Est e del Nord Europa ed è intenzione del management perseguire possibili iniziative in tutta Europa attraverso partnership, acquisizioni o con intervento diretto.

L'indebitamento finanziario netto al 31 dicembre 2022 è pari a 18,079 mln di euro rispetto ai 12,405 mln al 31 dicembre 2021: l'incremento è legato all'acquisizione di Mercati srl, per l'acquisto della quota di partecipazione in Goodify srl e per l'acquisto del ramo d'azienda dalla società E-Commerce Outsourcing srl. Il Patrimonio netto si attesta a 18,112 mln, in miglioramento dai 12,316 mln di euro di un anno prima.

Il Cda ha anche approvato il secondo Bilancio di sostenibilità, nominando anche un Comitato ad hoc che dovrà supportare il vertice nella definizione di una strategia in campo Esg per i prossimi anni. «Promotica continuerà ad attuare le proprie politiche legate alla sostenibilità e alle strategie di Esg a cui da sempre la società è attenta», puntualizza Toscani.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Bresciaoggi

PAESE :Italia
PAGINE :9
SUPERFICIE :24 %

DIFFUSIONE :(16000)
AUTORE :Manuel Venturi

► 27 maggio 2023

Fatturato consolidato a 89,85 mln in aumento del 127% sul 2021 L'utile sale a 3,18 milioni (+126%) Toscani: «Premiati i nostri sforzi»

***Diego Toscani è il leader di Promotica spa**, società quotata in Borsa*

Tutti i diritti riservati

Il Sole 24 ORE

PAESE : Italia
PAGINE :31
SUPERFICIE :1 %
PERIODICITÀ : Quotidiano□□

DIFFUSIONE :(132114)
AUTORE :N.D.

► **27 maggio 2023**

PROMOTICA

Ricavi e utili più che raddoppiati

Promotica chiude il 2022 con ricavi da 89,9 milioni rispetto ai 39,6 milioni del 2021. L'Eebitda cresce del 169% a 5,5 milioni, mentre l'utile netto è più che raddoppiato a 3,2 milioni.

CDR COMMUNICATION

Tutti i diritti riservati