Rassegna Stampa

17 Settembre 2023

Indice

Promotica festeggia 20 anni di successi, due giorni per raccontare due decenni di cammino e indicare la rotta del futuro 3
radiobrunobrescia.it - 16/09/2023

Promotica festeggia i primi 20 anni di attività con una due giorni di eventi 5
adcgroup.it - 15/09/2023

Protagonisti dello sviluppo sostenibile 7
GDOWEEK - 14/09/2023

Desenzano, Promotica festeggia 20 anni di attività 9
Quibrescia.it - 15/09/2023

Promotica chiude il 2022 a 89,9 milioni, pari al +127%, e festeggia 20 anni di attività guardando a una crescita altrettanto positiva anche nel 2023 11
dailyonline.it - 15/09/2023

Promotica festeggia 20 anni di successi 16
mediakey.tv - 15/09/2023

Promotica S p A : festeggia 20 anni di successi 18
it.marketscreener.com - 15/09/2023

Promotica: festeggia 20 anni di attività 21
MF Newswires - 13/09/2023

Retail, digitale e grandi emozioni per i primi vent anni di Promotica 22
Giornale di Brescia - 14/09/2023

Promotica, chiuso il 2022 a 89,9 milioni, pari al +127%, festeggia 20 anni guardando a una crescita positiva anche nel 2023 24
Daily Media - 14/09/2023

Promotica 20 anni di crescita Toscani: «Ora nuovi traguardi» 27
Bresciaoggi - 14/09/2023

Promotica: festeggia 20 anni di attivita' 30
Tgcom24.mediaset.it - 14/09/2023

Promotica festeggia un ventennio di successi con due giorni di eventi 31
italia-informa.com - 14/09/2023

Taco Bell Defy Brooklyn Park(Minnesota),Usa 33
DM Magazine - Distribuzione Moderna - 31/08/2023

Promotica festeggia 20 anni di successi, due giorni per raccontare due decenni di cammino e indicare la rotta del futuro

16 Settembre 2023admin

Promotica S.p.A., agenzia loyalty specializzata nella realizzazione di soluzioni marketing atte ad aumentare le vendite, la fidelizzazione e la brand advocacy, comunica il traguardo dei 20 anni di attività con due giorni di eventi (13 e 14 settembre), per festeggiare un cammino importante che ha consentito di trasformare un sogno in realtà grazie all'impegno di centinaia di persone.

Promotica è stata fondata a Desenzano del Garda, in provincia di Brescia, città che nel 2023 ha ottenuto il prestigioso titolo di Capitale Italiana della Cultura, insieme a Bergamo. Promotica è inoltre main donor di Alleanza per la Cultura – Fondazione Brescia Musei, di cui fa parte il Museo Santa Giulia, luogo culturale straordinario, riconosciuto come Patrimonio Mondiale dell'UNESCO nel 2011. Situato su un complesso monastico di origine longobarda, offre un viaggio attraverso la storia di Brescia, l'arte e la spiritualità, dalla Preistoria fino ai giorni nostri, in una superficie espositiva di circa 14.000 metri quadrati. Da 20 anni Promotica è sulla cresta dell'onda e traccia la rotta verso il futuro. Da 20 anni stringe i nodi che legano le persone ai più grandi brand supportando il loro successo. Adesso è il momento di celebrare i primi 20 anni attraverso le persone e i successi raccolti in due decenni di lavoro.

L'evento è stato l'occasione per partecipare ad incontri stimolanti con esperti di programmi loyalty, retail e digital, con cui sono stati condivise esperienze e conoscenze preziose. Moderati da Erminio Bissolotti, giornalista e analista economico, erano presenti, oltre al fondatore di Promotica, **Diego Toscani**:

Fabrizio Valente, fondatore e amministratore di Kiki Lab (parte del Gruppo Promotica e unico membro italiano di Ebeltoft Group, esperti in brand e Retail). Si occupa di Retail e consumi da oltre 30 anni come ricercatore e consulente. È frequente speaker su temi legati a retail, innovazione, cambiamento e motivazione dei team in convegni e convention in Italia e all'estero. È Presidente dell'Innova Retail Award.

Cristina Fogazzi, conosciuta anche come "EstetistaCinica" su Instagram, è un'imprenditrice e influencer di successo. La sua personalità schietta, irriverente e a tratti "cinica" ha contribuito al grande successo di Veralab, società da lei fondata nel

2015, che oggi è diventato uno dei beauty brand più amati in Italia, con un fatturato da capogiro superiore a 60 milioni di euro.

Francesca Moriani, CEO di Var Group Spa, partner per l'innovazione delle imprese e azienda leader nel panorama ICT con 23 sedi in Italia e 5 all'estero (Spagna, Germania e Cina). Negli anni ha ricoperto diversi ruoli chiave, tra cui Responsabile Telesales presso l'IBM Dublino e Credit Manager in Computer Gross. Ha diretto il team di ITF Information Technology Finance e successivamente è diventata Value Business Manager, responsabile del business IBM.

Infine, **Michele Grazioli**, classe 1995 e soncinese di origine, è un imprenditore nell'ambito delle applicazioni di intelligenza artificiale con all'attivo il varo di diverse aziende in tutto il mondo. A fronte di questa esperienza, Grazioli è considerato tra i massimi esperti nell'ambito dell'Intelligenza Artificiale, applicata al Proactive Decision Making, e dell'Intelligenza predittiva. Nel 2019 entra nella classifica Forbes Under30 nella top 5 dei 100 giovani innovatori italiani più influenti d'Italia.

Tra i personaggi coinvolti per i festeggiamenti di Promotica anche **Iginio Massari**, acclamato pasticciere e cioccolatiere nato a Brescia. Conosciuto per la sua straordinaria maestria artigianale e il suo approccio innovativo alla creazione di dolci, Massari è un'icona nel mondo dell'alta pasticceria internazionale.

L'evento è stato anche l'occasione per conoscere meglio le bellezze del territorio, la città di Brescia, con le sue bellezze storiche e naturali, con l'aiuto di guide esperte e professioniste. Inoltre, è stato possibile visitare il Museo delle Mille Miglia, un complesso monastico ristrutturato per poter ospitare e custodire pezzi unici delle quattro ruote, nato dall'idea di diversi imprenditori bresciani appassionati dell'omonima competizione automobilistica.

In alternativa, i partecipanti hanno potuto degustare i raffinati vini della Franciacorta, un'esperienza unica nel cuore di questa regione vinicola italiana di grande importanza. Rinomata per la produzione di bollicine utilizzando il metodo tradizionale, i vini della Franciacorta sono spesso paragonati ai prestigiosi champagne francesi.

Diego Toscani, Amministratore Delegato di Promotica, ha commentato: "*Siamo nati nell'aprile 2003 in un piccolo ufficio, possiamo dire con orgoglio che, con il tempo e l'impegno quotidiano, siamo diventati un gruppo che a 360° opera nel mondo della fidelizzazione con successo. Nel corso degli anni abbiamo superato tutte le fasi tipiche della crescita aziendale e le diverse crisi nazionali e internazionali che hanno coinvolto i mercati. Il gruppo si è espanso ed è oggi costituito da diverse aziende che operano nella promozione e nella valorizzazione dei clienti. Possiamo considerare il bilancio del lavoro svolto fin qui certamente positivo con il suo culmine nel 2020 grazie alla quotazione in Borsa da cui abbiamo tratto nuova linfa per acquisizioni e per continuare lo sviluppo supportati da nuovi collaboratori e andare alla conquista di nuovi territori puntando fortemente all'estero e al digitale*".

Tutti i diritti riservati

Promotica festeggia i primi 20 anni di attività con una due giorni di eventi

Diego Toscani, AD: "Possiamo considerare il bilancio del lavoro svolto fin qui positivo con il suo culmine nel 2020 grazie alla quotazione in Borsa da cui abbiamo tratto nuova linfa per acquisizioni e per continuare lo sviluppo e andare alla conquista di nuovi territori puntando fortemente all'estero e al digitale". Promotica S.p.A. (EGM:PMT) , agenzia loyalty specializzata nella realizzazione di soluzioni marketing atte ad aumentare le vendite, la fidelizzazione e la brand advocacy, comunica il traguardo dei 20 anni di attività con due giorni di eventi (13 e 14 settembre), per festeggiare un cammino importante che ha consentito di trasformare un sogno in realtà grazie all'impegno di centinaia di persone.

Promotica è stata fondata a Desenzano del Garda , in provincia di Brescia, città che nel 2023 ha ottenuto il titolo di Capitale Italiana della Cultura, insieme a Bergamo. Promotica è inoltre main donor di Alleanza per la Cultura – Fondazione Brescia Musei, di cui fa parte il Museo Santa Giulia , luogo culturale, riconosciuto come Patrimonio Mondiale dell'UNESCO nel 2011. Situato su un complesso monastico di origine longobarda, offre un viaggio attraverso la storia di Brescia, l'arte e la spiritualità, dalla Preistoria fino ai giorni nostri, in una superficie espositiva di circa 14.000 metri quadrati. Oggi Promotica celebra i primi 20 anni attraverso le persone e i successi raccolti in due decenni di lavoro.

L'evento è stato l'occasione per partecipare ad incontri stimolanti con esperti di programmi loyalty, retail e digital, con cui sono stati condivise esperienze e conoscenze preziose. Moderati da Erminio Bissolotti, giornalista e analista economico, erano presenti, oltre al fondatore di Promotica, Diego Toscani Fabrizio Valente , fondatore e amministratore di Kiki Lab (parte del Gruppo Promotica e unico membro italiano di Ebeltoft Group , esperti in brand e Retail). Si occupa di Retail e consumi da oltre 30 anni come ricercatore e consulente. È frequente speaker su temi legati a retail, innovazione, cambiamento e motivazione dei team in convegni e convention in Italia e all'estero. È Presidente dell'Innova Retail Award. Cristina Fogazzi , conosciuta anche come "EstetistaCinica" su Instagram, è un'imprenditrice e influencer di successo. La sua personalità schietta, irriverente e a tratti "cinica" ha contribuito al grande successo di Veralab , società da lei fondata nel 2015, che oggi è diventato uno dei beauty brand più amati in Italia, con un fatturato superiore a 60 milioni di euro. Francesca Moriani , CEO di Var Group Spa, partner per l'innovazione delle imprese e azienda leader nel panorama ICT con 23 sedi in Italia e 5 all'estero (Spagna, Germania e Cina). Negli anni ha ricoperto diversi ruoli chiave, tra cui Responsabile Telesales presso l'IBM Dublino e Credit Manager in Computer Gross. Ha diretto il team di ITF Information Technology Finance e successivamente è diventata Value Business Manager, responsabile del business IBM.

Infine, Michele Grazioli , classe 1995 e soncinese di origine, è un imprenditore nell'ambito delle applicazioni di intelligenza artificiale con all'attivo il varo di diverse aziende in tutto il mondo. A fronte di questa esperienza, Grazioli è considerato tra i massimi esperti nell'ambito dell'Intelligenza Artificiale, applicata al Proactive Decision Making, e dell'Intelligenza predittiva. Nel 2019 entra nella classifica Forbes Under30 nella top 5 dei 100 giovani innovatori italiani più influenti d'Italia. Tra i personaggi coinvolti per i festeggiamenti di Promotica anche Iginio Massari , acclamato pasticciere e cioccolatiere nato a Brescia. Conosciuto per la sua straordinaria maestria artigianale e il suo approccio innovativo alla creazione di dolci, Massari è un'icona nel mondo dell'alta pasticceria internazionale.

Tutti i diritti riservati

L'evento è stato anche l'occasione per conoscere meglio le bellezze del territorio, la città di Brescia, con le sue bellezze storiche e naturali, con l'aiuto di guide esperte e professioniste. Inoltre, è stato possibile visitare il Museo delle Mille Miglia, un complesso monastico ristrutturato per poter ospitare e custodire pezzi unici delle quattro ruote, nato dall'idea di diversi imprenditori bresciani appassionati dell'omonima competizione automobilistica.

In alternativa, i partecipanti hanno potuto degustare i raffinati vini della Franciacorta, un'esperienza unica nel cuore di questa regione vinicola italiana di grande importanza. Rinomata per la produzione di bollicine utilizzando il metodo tradizionale, i vini della Franciacorta sono spesso paragonati ai prestigiosi champagne francesi.

Diego Toscani , Amministratore Delegato di Promotica, ha commentato: “ Siamo nati nell'aprile 2003 in un piccolo ufficio, possiamo dire con orgoglio che, con il tempo e l'impegno quotidiano, siamo diventati un gruppo che a 360° opera nel mondo della fidelizzazione con successo. Nel corso degli anni abbiamo superato tutte le fasi tipiche della crescita aziendale e le diverse crisi nazionali e internazionali che hanno coinvolto i mercati. Il gruppo si è espanso ed è oggi costituito da diverse aziende che operano nella promozione e nella valorizzazione dei clienti. Possiamo considerare il bilancio del lavoro svolto fin qui certamente positivo con il suo culmine nel 2020 grazie alla quotazione in Borsa da cui abbiamo tratto nuova linfa per acquisizioni e per continuare lo sviluppo supportati da nuovi collaboratori e andare alla conquista di nuovi territori puntando fortemente all'estero e al digitale".

GDOWEEK

PAESE :Italia
PAGINE :38;39
SUPERFICIE :184 %
PERIODICITÀ :Bisettimanale

DIFFUSIONE :(20000)
AUTORE :N.D.

► 15 settembre 2023

AREA CHIAVE
SUSTAIN

Protagonisti dello sviluppo sostenibile

Questa la missione di Bever, catena olandese di outdoor che si impegna concretamente per una crescita in linea con le logiche di sostenibilità e dell'economia circolare

Fabrizio Valente, fondatore e Ad,
e Cristina Savoldi, senior consultant, di Kiki Lab
(Gruppo Promotica)

Caso tratto dalla ricerca Retail Innovations 18

Con 40 negozi di prodotti sportivi e per l'outdoor, **Bever** è un retailer olandese, che si caratterizza per un forte **focus sulle attività effettua- te in ambienti naturali**. In modo coerente, infatti, soprattutto negli ultimi anni, l'azienda ha deciso di includere la sostenibilità come elemento strategico del proprio posizionamento. In quest'ottica, Bever ha deciso di occuparsi del **ciclo di vita completo dei prodotti**, trovando le soluzioni migliori nelle diverse fasi della lavorazione e nelle varie situazioni, all'insegna di un

CDR COMMUNICATION
Tutti i diritti riservati

GDOWEEK

PAESE :Italia
PAGINE :38;39
SUPERFICIE :184 %
PERIODICITÀ :Bisettimanale

DIFFUSIONE :(20000)
AUTORE :N.D.

► 15 settembre 2023

unico mantra: **ridurre, riutilizzare, riciclare**. Come si traduce questa dichiarazione di intenti a livello concreto, in modo che i consumatori percepiscano con chiarezza il valore dell'insegna e i suoi tratti distintivi?

In primo luogo, l'insegna offre un **servizio di riparazione** per tutti i prodotti, usando il Black Friday per promuoverlo e offrirlo in forma completamente gratuita. Inoltre, Bever è il primo retailer al dettaglio nei Paesi Bassi ad aver introdotto un **percorso strutturato di economia circolare**. In questo senso, tutti i prodotti consegnati a Bever passano da un accurato controllo di qualità: se sono ancora validi, vengono rimessi in vendita in negozio, dopo essere stati ricondizionati se necessario. In caso contrario, i materiali vengono inseriti nel circuito del riciclo.

Per alcuni prodotti, come ad esempio i sacchi a pelo, Bever ha creato collaborazioni con realtà come **Sheltersuits, Sympany e Blueloop**, associazioni e imprese che si occupano, rispettivamente, di senzatetto, sanità e bambini che soffrono di diabete.

Le attività di Bever includono anche quelle dedicate a **sensibilizzare i clienti** a contribuire con azioni virtuose alla diminuzione dell'impatto dei consumi sull'ambiente.

Secondo noi di Kiki Lab, Bever rappresenta un **interessante modello di sviluppo di sostenibilità nel commercio**. Le attività semplici e coerenti a sostegno di processi di economia circolare coinvolgono i clienti e stimolano anche gli altri retailer a impegnarsi di più.

La prossima sfida: mantenere un'elevata coerenza con i valori dichiarati e garantire un'adeguata sostenibilità economica al modello.

ASCOLTA **IL PODCAST**

Mission
creare un percorso integrato di sostenibilità

1977
prima apertura

40
i negozi totali in Olanda

CDR COMMUNICATION
Tutti i diritti riservati

Desenzano, Promotica festeggia 20 anni di attività

di
Redazione

- 15 Settembre 2023 - 10:27

Desenzano del Garda. Promotica ha festeggiato il traguardo dei 20 anni di attività con due giorni di eventi (13 e 14 settembre),
Promotica è stata fondata a Desenzano del Garda, in provincia di Brescia, ed è inoltre main donor di Alleanza per la Cultura – Fondazione Brescia Musei, di cui fa parte il Museo Santa Giulia, luogo culturale straordinario, riconosciuto come Patrimonio Mondiale dell'Unesco nel 2011.

L'evento è stato l'occasione per partecipare ad incontri con esperti di programmi loyalty, retail e digital, con cui sono stati condivise esperienze e conoscenze preziose. Moderati da Erminio Bissolotti, giornalista e analista economico, erano presenti, oltre al fondatore di Promotica, Diego Toscani, Fabrizio Valente, fondatore e amministratore di Kiki Lab (parte del Gruppo Promotica e unico membro italiano di Ebeltoft Group, esperti in brand e Retail); Cristina Fogazzi, conosciuta anche come "EstetistaCinica" su Instagram, è un'imprenditrice e influencer di successo che, con Veralab, società da lei fondata nel 2015, è diventata uno dei punti di riferimento del beauty in Italia, con un fatturato superiore a 60 milioni di euro.

Presente agli incontri anche Francesca Moriani, CEO di Var Group Spa, partner per l'innovazione delle imprese e azienda leader nel panorama ICT con 23 sedi in Italia e 5 all'estero (Spagna, Germania e Cina) e Michele Grazioli, classe 1995 e soncinese di origine, imprenditore nell'ambito delle applicazioni di intelligenza artificiale con all'attivo il varo di diverse aziende in tutto il mondo ed è considerato tra i massimi esperti nell'ambito dell'Intelligenza Artificiale, applicata al Proactive Decision Making, e dell'Intelligenza predittiva. Nel 2019 entra nella classifica Forbes Under30 nella top 5 dei 100 giovani innovatori italiani più influenti d'Italia.

Tra i personaggi coinvolti per i festeggiamenti di Promotica anche **Iginio Massari**, acclamato pasticciere e cioccolatiere nato a Brescia. Conosciuto per la sua straordinaria maestria artigianale e il suo approccio innovativo alla creazione di dolci, Massari è un'icona nel mondo dell'alta pasticceria internazionale.
L'evento è stato anche l'occasione per conoscere meglio le bellezze del territorio, la città

Tutti i diritti riservati

di Brescia, con le sue bellezze storiche e naturali, con l'aiuto di guide esperte e professioniste. Inoltre, è stato possibile visitare il Museo delle Mille Miglia, un complesso monastico ristrutturato per poter ospitare e custodire pezzi unici delle quattro ruote, nato dall'idea di diversi imprenditori bresciani appassionati dell'omonima competizione automobilistica.

«Siamo nati nell'aprile 2003 in un piccolo ufficio – ha dichiarato Diego Toscani, Amministratore Delegato di Promotica – possiamo dire con orgoglio che, con il tempo e l'impegno quotidiano, siamo diventati un gruppo che a 360° opera nel mondo della fidelizzazione con successo. Nel corso degli anni abbiamo superato tutte le fasi tipiche della crescita aziendale e le diverse crisi nazionali e internazionali che hanno coinvolto i mercati. Il gruppo si è espanso ed è oggi costituito da diverse aziende che operano nella promozione e nella valorizzazione dei clienti. Possiamo considerare il bilancio del lavoro svolto fin qui certamente positivo con il suo culmine nel 2020 grazie alla quotazione in Borsa da cui abbiamo tratto nuova linfa per acquisizioni e per continuare lo sviluppo supportati da nuovi collaboratori e andare alla conquista di nuovi territori puntando fortemente all'estero e al digitale».

Tutti i diritti riservati

Promotica chiude il 2022 a 89,9 milioni, pari al +127%, e festeggia 20 anni di attività guardando a una crescita altrettanto positiva anche nel 2023

HOME - aziende
Autore: V Parazzoli

h 09.34 - 15/09/2023

h 09.34 - 15/09/2023

Diego Toscani, founder e Amministratore Delegato di Promotica

L'agenzia loyalty di cui è fondatore e A.D. Diego Toscani ha festeggiato il traguardo con due giornate di eventi con interventi di esperti di programmi loyalty, retail e digital

Promotica, agenzia loyalty specializzata nella realizzazione di soluzioni marketing atte ad aumentare le vendite, la fidelizzazione e la brand advocacy, ha comunicato il traguardo dei 20 anni di attività con due giorni di eventi (13 e 14 settembre), per festeggiare un cammino importante che ha consentito di trasformare un sogno in realtà grazie all'impegno di centinaia di persone. Promotica è stata fondata a Desenzano del Garda, in provincia di Brescia, ed è inoltre main donor di Alleanza per la Cultura – Fondazione Brescia Musei, di cui fa parte il Museo Santa Giulia, luogo culturale straordinario, riconosciuto come Patrimonio Mondiale dell'UNESCO nel 2011. Situato su un complesso monastico di origine longobarda, offre un viaggio attraverso la storia di Brescia, l'arte e la spiritualità, dalla Preistoria fino ai giorni nostri, in una superficie espositiva di circa 14.000 metri quadrati. Da 20 anni Promotica è sulla cresta dell'onda e traccia la rotta verso il futuro. Da 20 anni stringe i nodi che legano le persone ai più grandi brand supportando il loro successo. Adesso è il momento di celebrare i primi 20 anni attraverso le persone e i successi raccolti in due decenni di lavoro. Successo decretato anche dai risultati 2022, che hanno visto il fatturato crescere del 127% a 89,9 milioni di euro, con utile netto di Gruppo anch'esso più che raddoppiato a oltre 3 milioni, e con un 2023 che dovrebbe confermare un trend altrettanto positivo.
L'evento

L'evento è stato l'occasione per partecipare ad incontri stimolanti con esperti di

programmi loyalty, retail e digital, con cui sono stati condivise esperienze e conoscenze preziose. Moderati da Erminio Bissolotti, giornalista e analista economico, erano presenti, oltre al **fondatore e A.D. di Promotica, Diego Toscani**: **Fabrizio Valente, fondatore e Amministratore di Kiki Lab (parte del Gruppo Promotica e unico membro italiano di Ebeltoft Group, esperti in brand e retail); si occupa di Retail e consumi da oltre 30 anni come ricercatore e consulente e Presidente dell'Innova Retail Award; Cristina Fogazzi, conosciuta anche come "EstetistaCinica" su Instagram, imprenditrice e influencer di successo**. La sua personalità schietta e irriverente ha contribuito al grande successo di **Veralab**, società da lei fondata nel 2015, che oggi è diventato uno dei beauty brand più amati in Italia, con un fatturato superiore a 60 milioni di euro; **Francesca Moriani, CEO di Var Group, partner per l'innovazione delle imprese e azienda leader nel panorama ICT con 23 sedi in Italia e 5 all'estero (Spagna, Germania e Cina)**. Negli anni ha ricoperto diversi ruoli chiave, tra cui Responsabile Telesales presso l'IBM Dublino e Credit Manager in Computer Gross. Ha diretto il team di ITF Information Technology Finance e successivamente è diventata Value Business Manager, responsabile del business IBM; e, infine, **Michele Grazioli**, classe 1995 e soncinese di origine, imprenditore nell'ambito delle applicazioni di intelligenza artificiale con all'attivo il varo di diverse aziende in tutto il mondo. A fronte di questa esperienza, è considerato tra i massimi esperti nell'ambito dell'Intelligenza Artificiale, applicata al Proactive Decision Making, e dell'Intelligenza predittiva; nel 2019 è entrato nella classifica Forbes Under30 nella top 5 dei 100 giovani innovatori italiani più influenti d'Italia. Tra i personaggi coinvolti per i festeggiamenti di Promotica anche **Iginio Massari**, acclamato pasticciere e cioccolatiere nato a Brescia.

Il commento

Toscani ha commentato: "Siamo nati nell'aprile 2003 in un piccolo ufficio, possiamo dire con orgoglio che, con il tempo e l'impegno quotidiano, siamo diventati un gruppo che a 360° opera nel mondo della fidelizzazione con successo. Nel corso degli anni abbiamo superato tutte le fasi tipiche della crescita aziendale e le diverse crisi nazionali e internazionali che hanno coinvolto i mercati. Il Gruppo si è espanso ed è oggi costituito da diverse aziende che operano nella promozione e nella valorizzazione dei clienti. Possiamo considerare il bilancio del lavoro svolto fin qui certamente positivo con il suo culmine nel 2020 grazie alla quotazione in Borsa da cui abbiamo tratto nuova linfa per acquisizioni e per continuare lo sviluppo supportati da nuovi collaboratori e andare alla conquista di nuovi territori puntando fortemente all'estero e al digitale".

Autore: V Parazzoli - 14/09/2023

OMD ha vinto la gara per il planning di Satispay, che in Italia investe oltre 6 milioni di euro e che mira alla leadership nei pagamenti in Europa

OMD ha vinto la gara per il planning di Satispay, che in Italia investe oltre 6 milioni di euro e che mira alla leadership nei pagamenti in Europa

Satispay, la società fintech italiana nata nel 2013 con la mission di “semplificare i pagamenti per migliorare la vita di tutti”, ha scelto OMD al termine di una gara per il planning, finora curato internamente. La collaborazione con la media agency di Omnicom Media Group coinvolgerà sia il nostro Paese sia alcuni mercati esteri, come quello francese, con l’ambizione di strutturare una comunicazione che si basi sulla qualità e sulla precisione del dato. Al pitch – che metteva in palio un budget stimabile in oltre 6 milioni di euro per quanto riguarda il nostro mercato – hanno partecipato tra gli altri anche – secondo quanto risulta a Dailyonline, GroupM, dentsu e Mediaplus. Il commento Francesca Costanzo, Managing Director di OMD Italy, ha commentato così la nuova partnership: “Siamo orgogliosi di affiancare un’azienda così dinamica e visionaria come Satispay, dopo una consultazione che ci ha consentito di dimostrare il valore della nostra proposition. Il talento alla base di tutto quello che noi facciamo è la dimensione umana sulla quale puntiamo per fare la differenza per i nostri clienti. Questo asset, abbinato ad Omni, la nostra end-to-end platform in grado di integrare il POE con un’altissima qualità e precisione del dato, sono gli ingredienti fondamentali per sostenere la crescita di Satispay”. I trend Satispay, società di pagamenti digitali fondata nel 2013 da Alberto Dalmasso, Dario Brignone e Samuele Pinta, è diventata un unicorno dopo meno di dieci anni, lo scorso settembre, superando la quota della valutazione da un miliardo di euro, e sta appunto espandendosi. È quindi sbarcata prima in Lussemburgo, mentre da pochi mesi è attiva pure in Francia in città come Metz, Mentone, Thionville e Nizza, con quell’approccio sulle singole città che continua a riservare anche all’Italia in una logica di massima attenzione ai bisogni del tessuto locale. L’obiettivo è ampliare il network di esercenti e utenti per creare il primo e più importante network di pagamento europeo. Recenti dati dell’Osservatorio Innovative Payments del Politecnico di Milano, fotografano sul 2022 una crescita del 18% del transato attraverso pagamenti digitali che, nell’anno, ha sfiorato i 400 miliardi di euro. Circa il doppio rispetto a quattro anni fa, quando erano 230 miliardi e crescevano di meno del 7 per cento. «La crescita – ha commentato al Sole 24 ORE lo scorso 9 marzo Giorgio Berardi, Strategy Director di Satispay - è su tutti gli strumenti, quelli più tradizionali delle carte e quelli innovativi. Se prendiamo solo il nostro segmento per i pagamenti nei negozi, ossia i pagamenti Non NFC (non collegati al modello tradizionale delle carte di credito, come possono essere invece quelli offerti da Big Tech), il mercato ha visto transazioni per 1,5 miliardi di euro, di questi ben 1,1 miliardi di euro sono passati da Satispay, il 73% del totale, e il 40% del numero dei pagamenti. Se poi guardiamo al valore complessivo di tutte le transazioni passate attraverso Satispay supera i 2 miliardi di euro nel 2022. Un dato che ci parla dell’importante crescita anche nell’utilizzo delle funzionalità che vanno dall’apprezzato e utile scambio di denaro tra privati fino al pagamento di PagoPA, bolli, bollettini e molto altro. L’utilità di Satispay nella gestione di tutti i pagamenti quotidiani per una community che ha ormai raggiunto i 3,5 milioni di utenti (ora quasi 4 milioni, ndr), è confermata anche dalla media dei pagamenti mensili che ha ormai raggiunto le 10 transazioni contro le 4-5 effettuate con le carte».
LEGGI

Tutti i diritti riservati

Autore: Redazione - 12/09/2023

“Le recensioni online della tua impresa parlano per te”: è on air la nuova campagna ideata da KleinRusso per Italiaonline

È on air su tv, digital e out of home la nuova campagna di Italiaonline rivolta alle imprese italiane di ogni categoria e dimensione, con focus sull’importanza di saper gestire al meglio le recensioni, i social e la propria presenza online grazie ai servizi per le aziende InRete e Social Media, offerti gratis per i primi 3 mesi. Lo spot, ideato e realizzato dalla creative community KleinRusso, vede protagonista il maître di un ristorante stellato, che accoglie una giovane coppia con parole che lasciano di stucco chi si aspettava un’esperienza indimenticabile in un locale di livello, giocando con doppi sensi finalizzati al messaggio: “Le recensioni online della tua impresa parlano per te”. Il tono utilizzato è ironico, coinvolgente e inclusivo di tutte le diverse realtà imprenditoriali che possono accrescere il proprio business con una gestione ottimale delle recensioni online e dei canali social. Inconfondibile il sound del jingle Italiaonline, vero e proprio marchio della internet company, che torna a essere utilizzato in questa campagna per rafforzarne l’awareness. Il media planning Lo spot, realizzato in versione 30 e 15”, è visibile dal 10 settembre fino al mese di dicembre e pianificato, in collaborazione con Mindshare, su un ampio ventaglio di media. Per la TV, sui network Sky e Discovery e su La7 Per il digital, saranno pianificati video preroll e formati display sui siti Corriere.it e Sole24ore.it, sul network Ciaopeople e su tutte le properties Italiaonline, che sono navigate ogni giorno da più di un italiano su due Inoltre, la versione 15” dello spot sarà pianificata per 9 settimane consecutive nelle stazioni della metropolitana di Milano, Brescia, Genova e Roma e nei principali aeroporti nazionali (Milano, Bergamo, Torino, Venezia, Verona, Genova, Bologna, Roma, Napoli, Reggio Calabria, Palermo e Trapani). I commenti Roberto Giacchi, CEO di Italiaonline, commenta: “Il messaggio che vogliamo veicolare con questa nuova campagna - ancora una volta in modo divertente e ottimista - parte da un’evidenza molto semplice: circa un italiano su due oggi, prima di rivolgersi ad una impresa, un esercizio commerciale o un professionista ne verifica la reputazione online, sui motori di ricerca e sui social. Da qui la necessità, non più rimandabile, per tutte le imprese italiane di gestire in modo professionale le proprie recensioni e la propria presenza digitale per salvaguardare e incrementare il proprio business. Italiaonline è il partner migliore per supportare le imprese che vogliono utilizzare il digitale per fare business”. Fabrizio Russo, CEO di KleinRusso, dichiara: “Siamo felici di essere nuovamente a fianco di Italiaonline in questo progetto importante e ambizioso che risponde a un bisogno reale che le aziende si trovano a fronteggiare: la dipendenza dalla reputazione online che di fatto può determinare il loro successo o insuccesso. La campagna affronta il problema e la soluzione offerta da Italiaonline con uno spot pop, chiaro e puntuale che utilizza un archetipo della “schiavitù” dalle recensioni, quello del

settore della ristorazione, che però oggi si è esteso indistintamente a tutti gli altri business". Credits Ceo: Fabrizio Russo Executive Creative Director: Antonio Fatini Senior Art Director: Simone Macciocchi Salerni Regia: Nick Russo Produzione: Filmmaster Productions Centro media: Mindshare
LEGGI

Leggi News

1. mediakey.tv
2. News
3. Archivio News
4. Leggi News

- Newsletter
- Archivio News

Promotica festeggia 20 anni di successi

Promotica S.p.A. (EGM:PMT), agenzia loyalty specializzata nella realizzazione di soluzioni marketing atte ad aumentare le vendite, la fidelizzazione e la brand advocacy, comunica il traguardo dei 20 anni di attività con due giorni di eventi (13 e 14 settembre), per festeggiare un cammino importante che ha consentito di trasformare un sogno in realtà grazie all'impegno di centinaia di persone. Promotica è stata fondata a Desenzano del Garda, in provincia di Brescia, città che nel 2023 ha ottenuto il prestigioso titolo di Capitale Italiana della Cultura, insieme a Bergamo. Promotica è inoltre main donor di Alleanza per la Cultura – Fondazione Brescia Musei, di cui fa parte il Museo Santa Giulia, luogo culturale straordinario, riconosciuto come Patrimonio Mondiale dell'UNESCO nel 2011. Situato su un complesso monastico di origine longobarda, offre un viaggio attraverso la storia di Brescia, l'arte e la spiritualità, dalla Preistoria fino ai giorni nostri, in una superficie espositiva di circa 14.000 metri quadrati. Da 20 anni Promotica è sulla cresta dell'onda e traccia la rotta verso il futuro. Da 20 anni stringe i nodi che legano le persone ai più grandi brand supportando il loro successo. Adesso è il momento di celebrare i primi 20 anni attraverso le persone e i successi raccolti in due decenni di lavoro.

L'evento è stato l'occasione per partecipare ad incontri stimolanti con esperti di programmi loyalty, retail e digital, con cui sono stati condivise esperienze e conoscenze preziose. Moderati da Erminio Bissolotti, giornalista e analista economico, erano presenti, oltre al fondatore di Promotica, Diego Toscani:

Fabrizio Valente, fondatore e amministratore di Kiki Lab (parte del Gruppo Promotica e unico membro italiano di Ebeltoft Group, esperti in brand e Retail). Si occupa di Retail e

consumi da oltre 30 anni come ricercatore e consulente. È frequente speaker su temi legati a retail, innovazione, cambiamento e motivazione dei team in convegni e convention in Italia e all'estero. È Presidente dell'Innova Retail Award.

Cristina Fogazzi, conosciuta anche come "EstetistaCinica" su Instagram, è un'imprenditrice e influencer di successo. La sua personalità schietta, irriverente e a tratti "cinica" ha contribuito al grande successo di Veralab, società da lei fondata nel 2015, che oggi è diventato uno dei beauty brand più amati in Italia, con un fatturato da capogiro superiore a 60 milioni di euro.

Francesca Moriani, CEO di Var Group Spa, partner per l'innovazione delle imprese e azienda leader nel panorama ICT con 23 sedi in Italia e 5 all'estero (Spagna, Germania e Cina). Negli anni ha ricoperto diversi ruoli chiave, tra cui Responsabile Telesales presso l'IBM Dublino e Credit Manager in Computer Gross. Ha diretto il team di ITF Information Technology Finance e successivamente è diventata Value Business Manager, responsabile del business IBM.

Infine, Michele Grazioli, classe 1995 e soncinese di origine, è un imprenditore nell'ambito delle applicazioni di intelligenza artificiale con all'attivo il varo di diverse aziende in tutto il mondo. A fronte di questa esperienza, Grazioli è considerato tra i massimi esperti nell'ambito dell'Intelligenza Artificiale, applicata al Proactive Decision Making, e dell'Intelligenza predittiva. Nel 2019 entra nella classifica Forbes Under30 nella top 5 dei 100 giovani innovatori italiani più influenti d'Italia.

Tra i personaggi coinvolti per i festeggiamenti di Promotica anche Iginio Massari, acclamato pasticciere e cioccolatiere nato a Brescia. Conosciuto per la sua straordinaria maestria artigianale e il suo approccio innovativo alla creazione di dolci, Massari è un'icona nel mondo dell'alta pasticceria internazionale.

L'evento è stato anche l'occasione per conoscere meglio le bellezze del territorio, la città di Brescia, con le sue bellezze storiche e naturali, con l'aiuto di guide esperte e professioniste. Inoltre, è stato possibile visitare il Museo delle Mille Miglia, un complesso monastico ristrutturato per poter ospitare e custodire pezzi unici delle quattro ruote, nato dall'idea di diversi imprenditori bresciani appassionati dell'omonima competizione automobilistica.

In alternativa, i partecipanti hanno potuto degustare i raffinati vini della Franciacorta, un'esperienza unica nel cuore di questa regione vinicola italiana di grande importanza. Rinomata per la produzione di bollicine utilizzando il metodo tradizionale, i vini della Franciacorta sono spesso paragonati ai prestigiosi champagne francesi.

Diego Toscani, Amministratore Delegato di Promotica, ha commentato: "Siamo nati nell'aprile 2003 in un piccolo ufficio, possiamo dire con orgoglio che, con il tempo e l'impegno quotidiano, siamo diventati un gruppo che a 360° opera nel mondo della fidelizzazione con successo. Nel corso degli anni abbiamo superato tutte le fasi tipiche della crescita aziendale e le diverse crisi nazionali e internazionali che hanno coinvolto i mercati. Il gruppo si è espanso ed è oggi costituito da diverse aziende che operano nella promozione e nella valorizzazione dei clienti. Possiamo considerare il bilancio del lavoro svolto fin qui certamente positivo con il suo culmine nel 2020 grazie alla quotazione in Borsa da cui abbiamo tratto nuova linfa per acquisizioni e per continuare lo sviluppo supportati da nuovi collaboratori e andare alla conquista di nuovi territori puntando fortemente all'estero e al digitale".

Tutti i diritti riservati

Promotica S p A : festeggia 20 anni di successi

15 settembre 2023 alle 09:15
Condividi

Comunicato stampa

PROMOTICA FESTEGGIA 20 ANNI DI SUCCESSI

Due giorni per raccontare due decenni di cammino e indicare la rotta del futuro

Desenzano del Garda (BS), 14 settembre 2023 - Promotica S.p.A. (EGM:PMT), agenzia loyalty specializzata nella realizzazione di soluzioni marketing atte ad aumentare le vendite, la fidelizzazione e la brand advocacy, comunica il traguardo dei 20 anni di attività con due giorni di eventi (13 e 14 settembre), per festeggiare un cammino importante che ha consentito di trasformare un sogno in realtà grazie all'impegno di centinaia di persone.

Promotica è stata fondata a Desenzano del Garda, in provincia di Brescia, città che nel 2023 ha ottenuto il prestigioso titolo di Capitale Italiana della Cultura, insieme a Bergamo. Promotica è inoltre main donor di Alleanza per la Cultura - Fondazione Brescia Musei, di cui fa parte il Museo Santa Giulia, luogo culturale straordinario, riconosciuto come Patrimonio Mondiale dell'UNESCO nel 2011. Situato su un complesso monastico di origine longobarda, offre un viaggio attraverso la storia di Brescia, l'arte e la spiritualità, dalla Preistoria fino ai giorni nostri, in una superficie espositiva di circa 14.000 metri quadrati. Da 20 anni Promotica è sulla cresta dell'onda e traccia la rotta verso il futuro. Da 20 anni stringe i nodi che legano le persone ai più grandi brand supportando il loro successo. Adesso è il momento di celebrare i primi 20 anni attraverso le persone e i successi raccolti in due decenni di lavoro.

L'evento è stato l'occasione per partecipare ad incontri stimolanti con esperti di programmi loyalty, retail e digital, con cui sono stati condivise esperienze e conoscenze preziose. Moderati da Erminio Bissolotti, giornalista e analista economico, erano presenti, oltre al fondatore di Promotica, Diego Toscani:

Fabrizio Valente, fondatore e amministratore di Kiki Lab (parte del Gruppo Promotica e

unico membro italiano di Ebeltoft Group, esperti in brand e Retail). Si occupa di Retail e consumi da oltre 30 anni come ricercatore e consulente. È frequente speaker su temi legati a retail, innovazione, cambiamento e motivazione dei team in convegni e convention in Italia e all'estero. È Presidente dell'Innova Retail Award.

Cristina Fogazzi, conosciuta anche come "EstetistaCinica" su Instagram, è un'imprenditrice e influencer di successo. La sua personalità schietta, irriverente e a tratti "cinica" ha contribuito al grande successo di Veralab, società da lei fondata nel 2015, che oggi è diventato uno dei beauty brand più amati in Italia, con un fatturato da capogiro superiore a 60 milioni di euro.

Francesca Moriani, CEO di Var Group Spa, partner per l'innovazione delle imprese e azienda leader nel panorama ICT con 23 sedi in Italia e 5 all'estero (Spagna, Germania e Cina). Negli anni ha ricoperto diversi ruoli chiave, tra cui Responsabile Telesales presso l'IBM Dublino e Credit Manager in Computer Gross. Ha diretto il team di ITF Information Technology Finance e successivamente è diventata Value Business Manager, responsabile del business IBM.

Infine, Michele Grazioli, classe 1995 e soncinese di origine, è un imprenditore nell'ambito delle applicazioni di intelligenza artificiale con all'attivo il varo di diverse aziende in tutto il mondo. A fronte di questa esperienza, Grazioli

- considerato tra i massimi esperti nell'ambito dell'Intelligenza Artificiale, applicata al Proactive Decision Making, e dell'Intelligenza predittiva. Nel 2019 entra nella classifica Forbes Under30 nella top 5 dei 100 giovani innovatori italiani più influenti d'Italia.

Tra i personaggi coinvolti per i festeggiamenti di Promotica anche Iginio Massari, acclamato pasticciere e cioccolatiere nato a Brescia. Conosciuto per la sua straordinaria maestria artigianale e il suo approccio innovativo alla creazione di dolci, Massari è un'icona nel mondo dell'alta pasticceria internazionale.

L'evento è stato anche l'occasione per conoscere meglio le bellezze del territorio, la città di Brescia, con le sue bellezze storiche e naturali, con l'aiuto di guide esperte e professioniste. Inoltre, è stato possibile visitare il Museo delle Mille Miglia, un complesso monastico ristrutturato per poter ospitare e custodire pezzi unici delle quattro ruote, nato dall'idea di diversi imprenditori bresciani appassionati dell'omonima competizione automobilistica.

In alternativa, i partecipanti hanno potuto degustare i raffinati vini della Franciacorta, un'esperienza unica nel cuore di questa regione vinicola italiana di grande importanza. Rinomata per la produzione di bollicine utilizzando il metodo tradizionale, i vini della Franciacorta sono spesso paragonati ai prestigiosi champagne francesi.

Diego Toscani, Amministratore Delegato di Promotica, ha commentato: "Siamo nati nell'aprile 2003 in un piccolo ufficio, possiamo dire con orgoglio che, con il tempo e l'impegno quotidiano, siamo diventati un gruppo che a 360° opera nel mondo della fidelizzazione con successo. Nel corso degli anni abbiamo superato tutte le fasi tipiche della crescita aziendale e le diverse crisi nazionali e internazionali che hanno coinvolto i mercati. Il gruppo si è espanso ed

- oggi costituito da diverse aziende che operano nella promozione e nella valorizzazione dei clienti. Possiamo considerare il bilancio del lavoro svolto fin qui certamente positivo con il suo culmine nel 2020 grazie alla quotazione in Borsa da cui abbiamo tratto nuova linfa per acquisizioni e per continuare lo sviluppo supportati da nuovi collaboratori e andare alla conquista di nuovi territori puntando fortemente all'estero e al digitale".

***

Il presente comunicato stampa è disponibile nella sezione News del sito di Promotica

www.promotica.it

***

About Promotica

Promotica S.p.A. è una delle società leader in Italia nel settore loyalty, quotata dal 27 novembre 2020 sul mercato Euronext Growth Milan. La Società ha una lunga esperienza maturata nei settori Retail, Food, farmaceutico e servizi. Fondata nel 2003 da Diego Toscani, Promotica vanta più di 1000 clienti attivi nel 2022, con la realizzazione di più di 500 campagne e circa 20 milioni di premi erogati. Promotica offre un servizio completo di consulenza per la pianificazione e lo sviluppo promozionale, gestendone ogni fase: progettazione delle operazioni promozionali, realizzazione della campagna di comunicazione, creazione di prodotti Made in Italy, approvvigionamento dei premi, servizi di logistica, monitoraggio dei dati ed infine misurazione dei risultati. Promotica ha chiuso il 2022 con un fatturato pari a € 89,8 milioni di euro ed un'EBITDA Adjusted di € 6,0 milioni. Per ulteriori informazioni: https://www.promotica.it/.

Per ulteriori informazioni

Promotica S.p.A.

Via Generale dalla Chiesa n. 1 25015 Desenzano del Garda (BS) www.promotica.it

Promotica: festeggia 20 anni di attività

MILANO (MF-NW)--Promotica, agenzia loyalty specializzata nella realizzazione di soluzioni marketing atte ad aumentare le vendite, festeggia 20 anni di attivita' con due giorni di eventi, svolti ieri e oggi.

"Siamo nati nell'aprile 2003 in un piccolo ufficio, possiamo dire con orgoglio che, con il tempo e l'impegno quotidiano, siamo diventati un gruppo che a 360 gradi opera nel mondo della fidelizzazione con successo", ha spiegato l'amministratore delegato Diego Toscani in una nota. "Nel corso degli anni abbiamo superato tutte le fasi tipiche della crescita aziendale e le diverse crisi nazionali e internazionali che hanno coinvolto i mercati. Il gruppo si e' espanso ed e' oggi costituito da diverse aziende che operano nella promozione e nella valorizzazione dei clienti. Possiamo considerare il bilancio del lavoro svolto fin qui certamente positivo con il suo culmine nel 2020 grazie alla quotazione in Borsa da cui abbiamo tratto nuova linfa per acquisizioni e per continuare lo sviluppo supportati da nuovi collaboratori e andare alla conquista di nuovi territori puntando fortemente all'estero e al digitale".

GIORNALE DI BRESCIA

PAESE :Italia
PAGINE :28
SUPERFICIE :36 %
PERIODICITÀ :Quotidiano□□

DIFFUSIONE :(24993)
AUTORE :Barbara Fenotti

► 15 settembre 2023

Retail, digitale e grandi emozioni per i primi vent'anni di Promotica

L'azienda fondata nel 2003 da Toscani: in Santa Giulia festa con l'estetista Fogazzi Valente, Grazioli e Moriani

Marketing

Barbara Fenotti

BRESCIA. Accantonare l'idea del marketing «brutto e cattivo», visto come una disciplina spietata che fa comprare cose inutili realizzate con prodotti in via di esaurimento, per rimpiazzarla con una concezione che mette al centro l'essere umano ed è in grado di coccolarlo e di rispettare lui e l'ambiente. Cinque professionisti hanno affrontato l'argomento ieri al Santa Giulia in occasione dei festeggiamenti per i 20 anni di Promotica, società fondata nel 2003 da Diego Toscani specializzata nel mercato della loyalty e dell'engagement in Italia e non solo.

È stato Toscani ad aprire il convegno, moderato da Erminio Bissolotti, incentrato sulle dinamiche in evoluzione nel settore retail, loyalty e digital. «Esiste un'etica del marketing - ha spiegato il ceo di Promotica - che impone a chi lo fa di mantenere una linea basata sulla correttezza e sulla verità ed esiste anche una poetica che serve a conquistare e a far appassionare il consumatore, definendo l'anima di un brand, creando una vicinanza che va oltre il valore oggettivo del prodotto».

Il marchio. Gentilezza e amore, secondo Toscani, devono essere alla base di una buona azienda insieme alla bellezza, alla giustizia e alla verità. Concetti che vanno applicati a tutto tondo a una realtà: dietro al marchio - è stato sottolineato - c'è infatti un intero team che lavora per il suo successo.

Un'idea che Cristina Fogazzi, in arte Estetista Cinica, ha tenuto a rimarcare, ricordando come «a lavorare con me in VeraLab ci sono un'ottantina di persone, benché la mia sia una presenza ingombrante». Per creare il suo impero, che oggi vanta un fatturato superiore ai 60 milioni, Cristina Fogazzi si è circondata anche di professionisti che le hanno indicato la via giusta, quella della vendita dei suoi prodotti beauty anche al dettaglio in profumerie e farmacie, oltre a quella dell'online e alla sicurezza della vasta community che la segue con costanza.

Lei che all'inizio non era propensa a intraprendere questa strada, ha poi trovato nel mondo del retail un'altra carta vincente. C'è qualcosa che l'online non ti può dare: l'emozione, l'approccio tra chi crea e chi acquista, il grado di passione e di schiettezza di chi ti sta vendendo il prodotto. Lo dimostra la «Sagra Fagiana» da poco conclusa in Castello: «sul totale dei partecipanti solo il 34% era di Brescia - ha osservato -. Gli altri venivano da altre parti d'Italia, segno di come il rapporto diretto non sostituisce l'acquisto online del prodotto».

La sfida. Certo è che le sfide dettate dal retail sono sempre più ambiziose ed evolvono in fretta. Lo sa bene Fabrizio Valente, ceo e fondatore di Kiki Lab, parte del Gruppo Promotica. Ha illustrato una serie di esempi di retail ben riuscito come quello di Taco Bell, catena di fast food Usa che ha creato un servizio tipo quello del Mc Drive con 4 corsie, tre delle quali riservate ai clienti che hanno già pre-ordinato tramite app e solo 1 per i clienti che ordinano al momento. Far risparmiare tempo al cliente è l'obiettivo insieme a quello di convincerlo a scaricare l'app per conoscerlo più da vicino a personalizzare il servizio. //

CDR COMMUNICATION

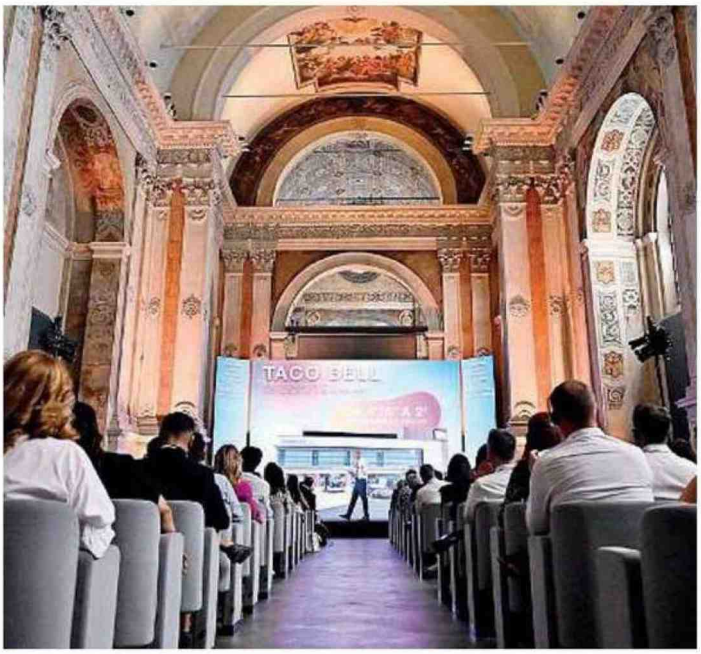
Tutti i diritti riservati

GIORNALE DI BRESCIA

PAESE :Italia
PAGINE :28
SUPERFICIE :36 %
PERIODICITÀ :Quotidiano□□

DIFFUSIONE :(24993)
AUTORE :Barbara Fenotti

► 15 settembre 2023



In Santa Giulia a Brescia. Il convegno evento per i primi 20 anni di Promotica

Il presidente. Diego Toscani fondatore di Promotica

CDR COMMUNICATION

Tutti i diritti riservati

DailyMedia

PAESE : Italia
PAGINE :2;4
SUPERFICIE :70 %
PERIODICITÀ : Quotidiano□□

DIFFUSIONE :(12000)
AUTORE : Di Vittorio Parazzoli

► **15 settembre 2023**

L'A.D. Diego Toscani

Promotica, chiuso il 2022 a 89,9 milioni, pari al +127%, festeggia 20 anni guardando a una crescita positiva anche nel 2023

4

Industry Promotica chiude il 2022 a 89,9 milioni, pari al +127%, e festeggia 20 anni di attività guardando a una crescita altrettanto positiva anche nel 2023

L'agenzia loyalty di cui è fondatore e A.D. Diego Toscani ha festeggiato il traguardo con due giornate di eventi con interventi di esperti di programmi loyalty, retail e digital

di **Vittorio Parazzoli**

Promotica, agenzia loyalty specializzata nella realizzazione di soluzioni marketing atte ad aumentare le vendite, la fidelizzazione e la brand advocacy, ha comunicato il traguardo dei 20 anni di attività con due giorni di eventi (13 e 14 settembre), per festeggiare un cammino importante che ha consentito di trasformare un sogno in realtà grazie all'impegno di centinaia di persone. Promotica è stata fondata a Desenzano del Garda, in provincia di Brescia, ed è inoltre main donor di Alleanza per la Cultura – Fondazione Brescia Musei, di cui fa parte il Museo Santa Giulia, luogo culturale straordinario, riconosciuto come Patrimonio Mondiale dell'UNESCO nel 2011. Situato su un complesso monastico di origine longobarda, offre un viaggio attraverso la storia di Brescia, l'arte e la spiritualità, dalla Preistoria fino ai giorni nostri, in una superficie espositiva di circa 14.000 metri quadrati. Da 20 anni Promotica è sulla cresta dell'onda e traccia la rotta verso il futuro. Da 20 anni stringe i nodi che legano le persone ai più grandi brand supportando il loro successo. Adesso è il momento di celebrare i primi 20 anni attraverso le persone e i successi raccolti in due decenni di lavoro. Successo decretato anche dai risultati 2022, che hanno visto il fatturato crescere del 127% a 89,9 milioni di euro, con utile netto di Gruppo anch'esso più che raddoppiato a oltre 3 milioni, e con un 2023 che dovrebbe confermare un trend altrettanto positivo.

L'evento

CDR COMMUNICATION

Tutti i diritti riservati

DailyMedia

PAESE :Italia
PAGINE :2;4
SUPERFICIE :70 %
PERIODICITÀ :Quotidiano□□

DIFFUSIONE :(12000)
AUTORE :Di Vittorio Parazzoli

► 15 settembre 2023

L'evento è stato l'occasione per partecipare ad incontri stimolanti con esperti di programmi loyalty, retail e digital, con cui sono stati condivise esperienze e conoscenze preziose. Moderati da Erminio Bissolotti, giornalista e analista economico, erano presenti, oltre al fondatore e A.D. di Promotica, Diego Toscani: Fabrizio Valente, fondatore e Amministratore di Kiki Lab (parte del Gruppo Promotica e unico membro italiano di Ebeltoft Group, esperti in brand e retail); si occupa di Retail e consumi da oltre 30 anni come ricercatore e consulente e Presidente dell'Innova Retail Award; Cristina Fogazzi, conosciuta anche come "EstetistaCinica" su Instagram, imprenditrice e influencer di successo. La sua personalità schietta e irriverente ha contribuito al grande successo di Veralab, società da lei fondata nel 2015, che oggi è diventato uno dei beauty brand più amati in Italia, con un fatturato superiore a 60 milioni di euro; Francesca Moriani, CEO di Var Group, partner per l'innovazione delle imprese e azienda leader nel panorama ICT con 23 sedi in Italia e 5 all'estero (Spagna, Germania e Cina). Negli anni ha ricoperto diversi ruoli chiave, tra cui Responsabile Telesales presso l'IBM Dublino e Credit Manager in Computer Gross. Ha diretto il team di ITF Information Technology Finance e successivamente è diventata Value Business Manager, responsabile del business IBM; e, infine, Michele Grazioli, classe 1995 e soncinese di origine, imprenditore nell'ambito delle applicazioni di intelligenza artificiale con all'attivo il varo di diverse aziende in tutto il mondo. A fronte di questa esperienza, è considerato tra i massimi esperti nell'ambito dell'Intelligenza Artificiale, applicata al Proactive Decision Making, e dell'Intelligenza predittiva; nel 2019 è entrato nella classifica Forbes Under30 nella top 5 dei 100 giovani innovatori italiani più influenti d'Italia. Tra i personaggi coinvolti per i festeggiamenti di Promotica anche Iginio Massari, acclamato pasticciere e cioccolatiere nato a Brescia.

Il commento

Toscani ha commentato: "Siamo nati nell'aprile 2003 in un piccolo ufficio, possiamo dire con orgoglio che, con il tempo e l'impegno quotidiano, siamo diventati un gruppo che a 360° opera nel mondo della fidelizzazione con successo. Nel corso degli anni abbiamo superato tutte le fasi tipiche della crescita aziendale e le diverse crisi nazionali e internazionali che hanno coinvolto i mercati. Il Gruppo si è espanso ed è oggi costituito da diverse aziende che operano nella promozione e nella valorizzazione dei clienti. Possiamo considerare il bilancio del lavoro svolto fin qui certamente positivo con il suo culmine nel 2020 grazie alla quotazione in Borsa da cui abbiamo tratto nuova linfa per acquisizioni e per continuare lo sviluppo supportati da nuovi collaboratori e andare alla conquista di nuovi territori puntando fortemente all'estero e al digitale".

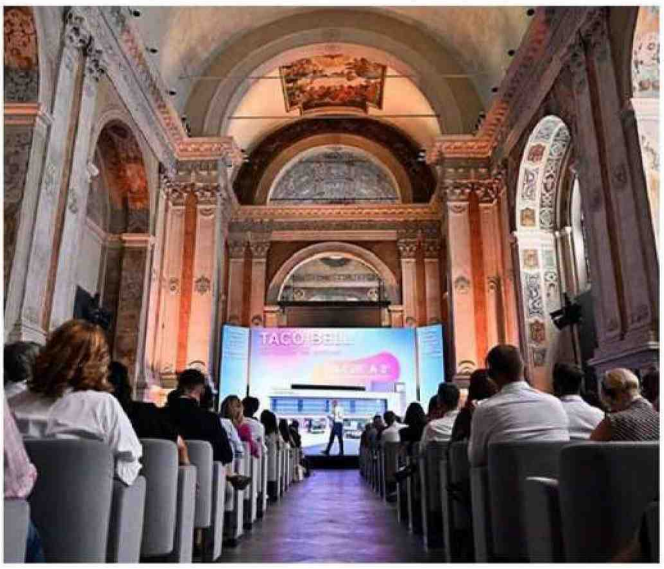
CDR COMMUNICATION
Tutti i diritti riservati

DailyMedia

PAESE : Italia
PAGINE :2;4
SUPERFICIE :70 %
PERIODICITÀ : Quotidiano□□

DIFFUSIONE :(12000)
AUTORE : Di Vittorio Parazzoli

► **15 settembre 2023**



Bresciaoggi

PAESE :Italia
PAGINE :9
SUPERFICIE :39 %
PERIODICITÀ :Quotidiano□□

DIFFUSIONE :(16000)
AUTORE :N.D.

► 15 settembre 2023

Il traguardo

Promotica 20 anni di crescita Toscani: «Ora nuovi traguardi»

• Il fondatore e leader della spa: «La quotazione ci ha dato risorse per continuare il percorso di sviluppo»

BRESCIA Una due giorni per festeggiare un'avventura lunga vent'anni, partita da un piccolo ambiente e arrivata fino a a Piazza Affari. Promotica spa, agenzia specializzata nella realizzazione di soluzioni marketing con sede a Desenzano del Garda, ha ripercorso la propria storia con una serie di appuntamenti che hanno coinvolto la città tra approfondimenti sul mondo loyalty, incontri con esperti, ma anche momenti culinari e culturali, fino alla presentazione di alcune best practice bresciane, e non solo.

Un programma che ha coinvolto anche il Museo Santa Giulia (Promotica è main donor di Alleanza per la Cultura – Fondazione Brescia Musei): il presidente e amministratore delegato di Promotica, Diego Toscani, ha sottolineato i successi dell'azienda che, «nata nell'aprile del 2003 in un piccolo ufficio», con impegno quotidiano «oggi è un gruppo che a 360 gradi opera nel mondo della fidelizzazione con successo. Nel corso degli anni abbiamo superato tutte le fasi tipiche della crescita aziendale e le diverse crisi nazionali e internazionali che hanno coinvolto i mercati: il gruppo si è espanso ed è oggi costituito da diverse aziende che operano nella promozione e nella valorizzazione dei clienti».

I passaggio saliente

Il fondatore ha anche ricordato una delle tappe fondamentali del percorso di sviluppo di Promotica spa, che ha chiuso un 2022 in accelerazione con ricavi consolidati a 89,9 milioni di euro (+127%) e profitti per 3,2 mln (+126%): la quotazione sui listini di Borsa italiana nel 2020, «il culmine della nostra storia», grazie a cui «abbiamo tratto nuova linfa per acquisizioni e per continuare lo sviluppo supportati da nuovi collaboratori e andare alla conquista di altri territori puntando fortemente all'estero e al digitale. Il gruppo si è espanso ed è oggi costituito da diverse aziende che operano nella promozione e nella valorizzazione dei clienti: possiamo considerare il bi-

CDR COMMUNICATION

Tutti i diritti riservati

Bresciaoggi

PAESE :Italia
PAGINE :9
SUPERFICIE :39 %
PERIODICITÀ :Quotidiano□□

DIFFUSIONE :(16000)
AUTORE :N.D.

► 15 settembre 2023

lancio del lavoro svolto fin qui certamente positivo», ha rimarcato Diego Toscani.

Durante l'incontro, nell'auditorium del Museo Santa Giulia, sono intervenuti alcuni esperti di programmi loyalty, retail e digital, ma anche imprenditori che hanno presentato le loro idee e i loro progetti per il futuro: tra loro Fabrizio Valente, fondatore e amministratore di Kiki Lab (parte del gruppo Promotica e unico membro italiano di Ebeltoft Group, esperti in brand e retail), che si occupa di retail e consumi da oltre 30 anni. Con loro anche Cristina Fogazzi, l'«Estetista cinica» che ha dato vita al marchio VeraLab e ha archiviato lo scorso esercizio con un volume d'affari superiore a 63 milioni di euro.

Fra gli ospiti anche Francesca Moriani, amministratore delegato di Var Group, partner per l'innovazione delle imprese e azienda leader nel panorama ICT con 23 sedi in Italia e dieci all'estero (tra cui Spagna, Germania, Usa e Cina), che ha parlato della propria esperienza lavorativa in altre realtà (come Ibm e Computer Gross) e del futuro delle soluzioni digitali per le aziende. A chiudere è stato Michele Grazioli, fondatore di Vedrai e consigliere di Promotica, che utilizza l'intelligenza artificiale per semplificare e razionalizzare i processi decisionali nelle aziende. Tra i personaggi coinvolti nei festeggiamenti di Promotica c'è stato anche Iginio Massari, icona nel mondo dell'alta pasticceria a livello artigianale.

L'evento è stato anche l'occasione per conoscere meglio le bellezze del territorio, la città di Brescia, con le sue proposte storiche e naturali, con l'aiuto di guide. **R.Ec.**

L'importante anniversario celebrato pure al museo Santa Giulia: un confronto con esperti di programmi, loyalty e imprenditori

CDR COMMUNICATION

Tutti i diritti riservati

Bresciaoggi

PAESE :Italia
PAGINE :9
SUPERFICIE :39 %
PERIODICITÀ :Quotidiano□□

DIFFUSIONE :(16000)
AUTORE :N.D.

► 15 settembre 2023

Il leader Diego Toscani ha ripercorso la storia dell'azienda e rilanciato la sfida per lo sviluppo futuro

Tutti i diritti riservati

Promotica: festeggia 20 anni di attivita'

MILANO (MF-NW)--Promotica, agenzia loyalty specializzata nella realizzazione di soluzioni marketing atte ad aumentare le vendite, festeggia 20 anni di attivita' con due giorni di eventi, svolti ieri e

oggi. "Siamo nati nell'aprile 2003 in un piccolo ufficio, possiamo dire con

orgoglio che, con il tempo e l'impegno quotidiano, siamo diventati un

gruppo che a 360 gradi opera nel mondo della fidelizzazione con successo",

ha spiegato l'amministratore delegato Diego Toscani in una nota. "Nel

corso degli anni abbiamo superato tutte le fasi tipiche della crescita

aziendale e le diverse crisi nazionali e internazionali che hanno

coinvolto i mercati. Il gruppo si e' espanso ed e' oggi costituito da

diverse aziende che operano nella promozione e nella valorizzazione dei

clienti. Possiamo considerare il bilancio del lavoro svolto fin qui

certamente positivo con il suo culmine nel 2020 grazie alla quotazione in

Borsa da cui abbiamo tratto nuova linfa per acquisizioni e per continuare

lo sviluppo supportati da nuovi collaboratori e andare alla conquista di

nuovi territori puntando fortemente all'estero e al digitale".

com/ann

(fine)

MF NEWSWIRES (redazione@mfnewswires.it)

Promotica festeggia un ventennio di successi con due giorni di eventi

Economia e Finanza

14/09/2023

Promotica annuncia il traguardo dei 20 anni di attività con due giorni di eventi (13 e 14 settembre), per festeggiare un cammino importante che ha consentito di trasformare un sogno in realtà grazie all'impegno di centinaia di persone.

Promotica è stata fondata a Desenzano del Garda, in provincia di Brescia, città che nel 2023 ha ottenuto il prestigioso titolo di Capitale Italiana della Cultura, insieme a Bergamo. Promotica è inoltre main donor di Alleanza per la Cultura – Fondazione Brescia Musei, di cui fa parte il Museo Santa Giulia, luogo culturale straordinario, riconosciuto come Patrimonio Mondiale dell'UNESCO nel 2011. Situato su un complesso monastico di origine longobarda, offre un viaggio attraverso la storia di Brescia, l'arte e la spiritualità, dalla Preistoria fino ai giorni nostri, in una superficie espositiva di circa 14.000 metri quadrati. Da 20 anni Promotica è sulla cresta dell'onda e traccia la rotta verso il futuro. Da 20 anni stringe i nodi che legano le persone ai più grandi brand supportando il loro successo. Adesso è il momento di celebrare i primi 20 anni attraverso le persone e i successi raccolti in due decenni di lavoro.

L'evento è stato l'occasione per partecipare ad incontri stimolanti con esperti di programmi loyalty, retail e digital, con cui sono stati condivise esperienze e conoscenze preziose. Moderati da Erminio Bissolotti, giornalista e analista economico, erano presenti, oltre al fondatore di Promotica, **Diego Toscani**:

Fabrizio Valente, fondatore e amministratore di Kiki Lab (parte del Gruppo Promotica e unico membro italiano di Ebeltoft Group, esperti in brand e Retail). Si occupa di Retail e consumi da oltre 30 anni come ricercatore e consulente. È frequente speaker su temi legati a retail, innovazione, cambiamento e motivazione dei team in convegni e convention in Italia e all'estero. È Presidente dell'Innova Retail Award.

Cristina Fogazzi, conosciuta anche come "EstetistaCinica" su Instagram, è

Tutti i diritti riservati

un'imprenditrice e influencer di successo. La sua personalità schietta, irriverente e a tratti "cinica" ha contribuito al grande successo di Veralab, società da lei

fondata nel 2015, che oggi è diventato uno dei beauty brand più amati in Italia, con un fatturato da capogiro superiore a 60 milioni di euro.

Francesca Moriani, CEO di Var Group Spa, partner per l'innovazione delle imprese e azienda leader nel panorama ICT con 23 sedi in Italia e 5 all'estero (Spagna, Germania e Cina). Negli anni ha ricoperto diversi ruoli chiave, tra cui Responsabile Telesales presso l'IBM Dublino e Credit Manager in Computer Gross. Ha diretto il team di ITF Information Technology Finance e successivamente è diventata Value Business Manager, responsabile del business IBM.

Infine, **Michele Grazioli**, classe 1995 e soncinese di origine, è un imprenditore nell'ambito delle applicazioni di intelligenza artificiale con all'attivo il varo di diverse aziende in tutto il mondo. A fronte di questa esperienza, Grazioli è considerato tra i massimi esperti nell'ambito dell'Intelligenza Artificiale, applicata al Proactive Decision Making, e dell'Intelligenza predittiva. Nel 2019 entra nella classifica Forbes Under30 nella top 5 dei 100 giovani innovatori italiani più influenti d'Italia.

Tra i personaggi coinvolti per i festeggiamenti di Promotica anche **Iginio Massari**, acclamato pasticciere e cioccolatiere nato a Brescia. Conosciuto per la sua straordinaria maestria artigianale e il suo approccio innovativo alla creazione di dolci, Massari è un'icona nel mondo dell'alta pasticceria internazionale.

L'evento è stato anche l'occasione per conoscere meglio le bellezze del territorio, la città di Brescia, con le sue bellezze storiche e naturali, con l'aiuto di guide esperte e professioniste. Inoltre, è stato possibile visitare il Museo delle Mille Miglia, un complesso monastico ristrutturato per poter ospitare e custodire pezzi unici delle quattro ruote, nato dall'idea di diversi imprenditori bresciani appassionati dell'omonima competizione automobilistica.

In alternativa, i partecipanti hanno potuto degustare i raffinati vini della Franciacorta, un'esperienza unica nel cuore di questa regione vinicola italiana di grande importanza. Rinomata per la produzione di bollicine utilizzando il metodo tradizionale, i vini della Franciacorta sono spesso paragonati ai prestigiosi champagne francesi.

Diego Toscani, Amministratore Delegato di Promotica (nella foto) ha commentato: "*Siamo nati nell'aprile 2003 in un piccolo ufficio, possiamo dire con orgoglio che, con il tempo e l'impegno quotidiano, siamo diventati un gruppo che a 360° opera nel mondo della fidelizzazione con successo. Nel corso degli anni abbiamo superato tutte le fasi tipiche della crescita aziendale e le diverse crisi nazionali e internazionali che hanno coinvolto i mercati. Il gruppo si è espanso ed è oggi costituito da diverse aziende che operano nella promozione e nella valorizzazione dei clienti. Possiamo considerare il bilancio del lavoro svolto fin qui certamente positivo con il suo culmine nel 2020 grazie alla quotazione in Borsa da cui abbiamo tratto nuova linfa per acquisizioni e per continuare lo sviluppo supportati da nuovi collaboratori e andare alla conquista di nuovi territori puntando fortemente all'estero e al digitale*".

DISTRIBUZIONE MODERNA

PAESE : Italia
PAGINE :36;37
SUPERFICIE :198 %
PERIODICITÀ : Mensile

AUTORE :N.D.

► **1 settembre 2023**

Caso tratto dalla Ricerca Innovations 16 di Kiki Lab-Ebeltoft Group

credits foto: Taco Bell Corp.

Taco Bell Defy
Brooklyn Park (Minnesota), Usa

Il fast-food che diventa iper-fast e anche smart: il nuovo concept di Taco Bell, dedicato al drive-thru, che dimezza i tempi di attesa e le code, stimolando i clienti all'uso dell'app con vantaggi per loro e per l'azienda.

Area chiave: Quick & easy
Chiave complementare: Edutainment

credits foto: Taco Bell Corp.

Info chiave
Fast-food drive-thru
2022: lancio del nuovo concept Defy
2': tempi obiettivo di consegna rispetto ai 4' 28" attuali

Taco Bell
1962: prima apertura
7.500+ ristoranti USA
40 mln clienti a settimana
500 ristoranti estero in 30 Paesi
2016: premiata fra le prime 10 aziende più innovative al mondo del settore

Taco Bell è una catena americana di fast-food leader nel segmento dei piatti di ispirazione messicana. Lanciata nel 1962, attualmente opera in circa 30 Paesi con oltre 7.500 ristoranti. La crescita è stata costantemente caratterizzata da varie innovazioni introdotte nel proprio modello: Taco Bell è stata ad esempio la prima catena a proporre menù certificati dall'Ava, l'associazione americana vegetariana, e anche la prima a lanciare la sua app per ordini in ristorante o con drive-thru. Per rispondere alle crescenti esigenze dei clienti di evitare le code in auto in

CDR COMMUNICATION
Tutti i diritti riservati

DISTRIBUZIONE MODERNA

PAESE :Italia
PAGINE :36;37
SUPERFICIE :198 %
PERIODICITÀ :Mensile

AUTORE :N.D.

► 1 settembre 2023

credits foto: Taco Bell Corp.

attesa di essere serviti, a volte particolarmente lunghe, Taco Bell, in concomitanza con i suoi 60 anni di attività, ha progettato e lanciato a giugno 2022 il nuovo concept Defy che "sfida" in modo rivoluzionario il modello classico del drive-thru, per velocizzare e rendere più comodo un servizio in forte espansione anche per la crescita del delivery.

Quick & Easy

Il nuovo concept è dedicato esclusivamente al drive-thru ed è caratterizzato da un'architettura "a palafitta", con un locale sorretto da alte colonne, che consentono l'ingresso e la sosta di veicoli anche alti, sotto il piano rialzato. Il locale è occupato dalle cucine, le colonne in realtà ospitano dei modernissimi mini-ascensori, una volta che l'ordine è pronto, scendono per depositarlo davanti al finestrino del cliente in attesa nell'auto. Questo meccanismo si applica anche ai servizi di delivery gestiti da partner come DoorDash, GrubHub o Uber Eats. Con questo processo, Taco Bell a regime conta che riuscirà a più che dimezzare i tempi del servizio (dai 4'28" medi attuali a 2'), con il vantaggio aggiuntivo di una consegna senza contatto e quindi più protetta in caso di pandemie. Il processo è supportato da tecnologie evolute che rendono molto semplice l'ordine e il ritiro, tramite Qr code per chi usa l'app.

Edutainment

Delle quattro corsie disponibili per accedere al servizio sotto le cucine, tre sono riservate ai clienti che hanno già pre-ordinato tramite app e solo una per i clienti che ordinano al momento sul touchscreen. In questo modo il progetto di Taco Bell incentiva i clienti all'uso dei pre-ordini tramite app, per pianificare meglio i flussi e rendere ancora più efficiente e veloce il servizio.

Commento Kiki Lab

Le limitazioni imposte dalla pandemia sono state sfruttate dai player più innovativi, come Taco Bell, per riprogettare la customer experience. In questo caso l'esigenza di creare un contactless journey si è felicemente integrata con quella di ridurre i tempi di attesa, particolarmente fastidiosi in una coda di auto. Il concept Defy è un tipico esempio di innovazione win-win fra clienti e azienda.■

Sfida: riuscire a trovare delle modalità di comunicazione empatica con i clienti, nei touchpoint digitali coinvolti nel processo, anche in un concept ad altissima automazione.

Fabrizio Valente, founder e amministratore di Kiki Lab (Gruppo Promotica)

Prossimi eventi Kiki Lab

Innova Retail Award – Milano, 24 ottobre 2023 (h 10-17)
Convegno a pagamento, alcuni inviti disponibili per Top Manager retail e IdM.
Per informazioni: kiki@kikilab.it - 030221681

CDR COMMUNICATION
Tutti i diritti riservati