



Rassegna Stampa

27 Marzo 2024

Indice

Promotica	3
Promotica, Toscani: «Puntiamo sui mercati internazionali» Giornale di Brescia - 05/03/2024	3
Promotica, 2023in frenata Mail2024è subito di corsa Bresciaoggi - 05/03/2024	4
Promotica: chiude 2023 con ricavi preliminari tra 84 e 85 mln MF NEWSWIRE (IT) - 05/03/2024	6
Promotica: chiude 2023 con ricavi preliminari tra 84 e 85 mln Tgcom24.mediaset.it - 05/03/2024	7
Promotica - Preliminari 2023, Ricavi nel range 84-85mln (89,9mln nel 2022) marketinsight.it - 06/03/2024	8
Promotica - Approvata delibera quadro per contratto fornitura con parte correlata IVV Italia marketinsight.it - 06/03/2024	9
Promotica, boom di vendite nel 2024: in due mesi fatturato a +230% bresciatoday.it - 26/03/2024	10



Promotica, Toscani: «Puntiamo sui mercati internazionali»

La quotata

**I dati di bilancio 2023:
fatturato a 85 milioni
Cresce il numero delle
campagne avviate**

DESENZANO DEL GARDA. Il Cda di Promotica, agenzia loyalty specializzata nella realizzazione di soluzioni marketing per aumentare le vendite, la fidelizzazione, ha esaminato e appro-

vato il fatturato consolidato preliminare del 2023 che si attesta in un range compreso tra 84 e 85 milioni di euro, rispetto a 89,9 milioni di euro al 31 dicembre 2022 e riflette la traslazione, dovuta allo spostamento delle preferenze dei consumatori su un maggior numero di categorie merceologiche, di parte delle consegne dei premi di una campagna di grande rilevanza ai primi mesi del 2024.

Conseguentemente a tale dinamica, si è assistito ad una crescita del fatturato del primo

bimestre del 2024 per la sola Promotica superiore al 230% su base annua.

Il Cda approverà il progetto di bilancio di esercizio e del bilancio consolidato il prossimo 30 aprile 2024, avvalendosi del maggior termine di approvazione di 180 giorni così come previsto dall'art. 15 dello Statuto Sociale e dell'art. 2364 comma 2 del codice civile. Positivo il commento dell'ad Diego Toscani: «Promotica ha gestito 318 campagne, in aumento rispetto alle 272 del 2022, per un valore medio di circa 182.000 euro. Nel 2024 sono state avviate campagne con leader nel settore della Gdo, come Unicoop Firenze e Coop Alleanza 3.0 per un valore complessivo di 9 milioni di euro. Per il futuro puntiamo a espanderci su nuovi mercati anche grazie alla divisione internazionale di recente creazione». //



La quotata / 1

Promotica, 2023 in frenata Ma il 2024 è subito di corsa

• L'anno scorso ricavi consolidati tra 84 e 85 milioni di euro (89,9 mln nel '22); quest'anno +230% solo per la spa nei primi 2 mesi

DESENZANO Promotica spa rallenta e «sposta» la crescita al 2024. Il Consiglio di amministrazione della spa con sede a Desenzano del Garda, agenzia loyalty specializzata nella realizzazione di soluzioni marketing (è quotata in Borsa), ha esaminato il fatturato consolidato preliminare del 2023 e i principali indicatori economici dello scorso esercizio.

Le vendite si sono attestate in un range compreso tra 84 e 85 milioni di euro, rispetto agli 89,9 mln al 31 dicembre 2022 e riflettono la traslazione, dovuta allo spostamento delle preferenze dei consumatori su un maggior numero di categorie merceologiche, di parte delle consegne dei premi di una campagna di grande rilevanza ai primi mesi del 2024. «Conseguentemente a tale dinamica, si è registrata una crescita del fatturato del primo bimestre di questo esercizio per la sola Promotica spa superiore al 230% su base annua», spiega una nota.

Nel 2023 la quotata ha gestito in totale 318 campagne

promozionali, rispetto alle 272 di dodici mesi prima, per un valore medio di circa 182.000 euro e un totale di premi erogati pari a 13,2 milioni di pezzi. I clienti sono aumentati dai 129 nel 2022 ai 169 dell'anno scorso e l'azienda si è avvalsa di 150 fornitori, di cui dieci con contratto di esclusiva. «Al fatturato in crescita nel primo bimestre 2024 vanno aggiunte le due campagne per Unicoop Firenze e Coop Alleanza 3.0, con cui abbiamo avviato due short collection

per un valore complessivo di 9 milioni di euro - ricorda Diego Toscani, amministratore delegato di Promotica -. Per il futuro puntiamo a espanderci su nuovi mercati anche grazie alla divisione internazionale di recente creazione. Per quanto riguarda il contesto principale della grande distribuzione, continueranno ad essere sviluppati progetti di fidelizzazione, in grado di combinare elementi di prodotto con fattori di comunicazione e di animazione dei punti vendita, in linea con i più moderni dettami del marketing che ci indicano di lavorare sulla customer experience e sul consolidamento della relazione con il cliente».

L'operazione

Il Consiglio di amministrazione ha anche adottato una delibera quadro per la forniture da parte di IVV Italia srl

di prodotti per la tavola in vetro, articoli casalinghi, articoli da regalo e complementi d'arredo per l'importo massimo complessivo di 4 mln fino al 5 marzo 2025: IVV è individuata come parte correlata perché Diego Toscani è titolare, tramite Dieci.Sette srl, del 74,43% di Promotica e del 100% di IVV. **Ma.Ve.**

Via libera dal Cda alla fornitura da parte di IVV Italia srl di prodotti per un valore fino a quattro milioni di euro: una sinergia tra parti correlate



Al vertice Diego Toscani è alla guida del gruppo Promotica



► 05 marzo 2024

Promotica: chiude 2023 con ricavi preliminari tra 84 e 85 mln

MILANO (MF-NW)--Promotica, società quotata su Egm attiva nella realizzazione di soluzioni marketing atte ad aumentare le vendite e la fidelizzazione dei clienti, chiude il 2023 con ricavi consolidati preliminari tra 84 e 85 mln euro a fronte degli 89,9 mln di fine 2022.

Il calo, si legge in una nota, riflette la traslazione, dovuta allo spostamento delle preferenze dei consumatori su un maggior numero di categorie merceologiche, di parte delle consegne dei premi di una campagna di grande rilevanza ai primi mesi del 2024.

Nel corso del 2023 la società ha gestito 318 campagne promozionali rispetto alle 272 del 2022, per un valore medio di circa 182.000 euro. Contestualmente, la base clienti è aumentata a 169 dai 129 dell'esercizio precedente.

In sede di approvazione dei conti, il cda ha altresì deliberato per la fornitura da parte di IVV Italia di prodotti per la tavola realizzati in vetro e affini, articoli casalinghi, coltelli e affini, nonché articoli da regalo e complementi d'arredo, per l'importo complessivo massimo nell'arco di 12 mesi di 4 mln euro. Il contratto entrerà in vigore domani, fino al 5 marzo 2025.

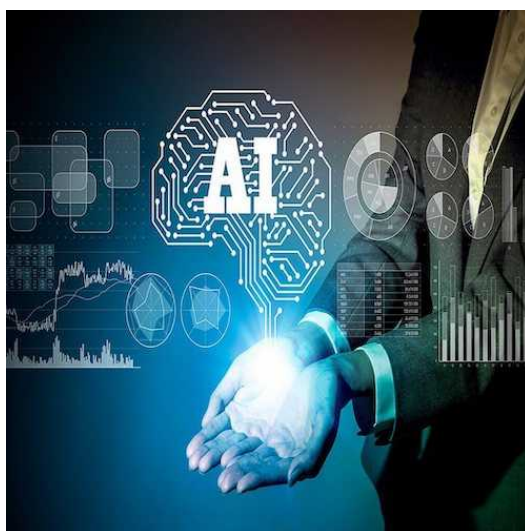


Promotica: chiude 2023 con ricavi preliminari tra 84 e 85 mln

Promotica, societa' quotata su Egm attiva nella realizzazione di soluzioni marketing atte ad aumentare le vendite e la fidelizzazione dei clienti, chiude il 2023 con ricavi consolidati preliminari tra 84 e 85 mln euro a fronte degli 89,9 mln di fine 2022. Il calo, si legge in una nota, riflette la traslazione, dovuta allo spostamento delle preferenze dei consumatori su un maggior numero di categorie merceologiche, di parte delle consegne dei premi di una campagna di grande rilevanza ai primi mesi del 2024. Nel corso del 2023 la societa' ha gestito 318 campagne promozionali rispetto alle 272 del 2022, per un valore medio di circa 182.000 euro. Contestualmente, la base clienti e' aumentata a 169 dai 129 dell'esercizio precedente. In sede di approvazione dei conti, il cda ha altresì deliberato per la fornitura da parte di IVV Italia di prodotti per la tavola realizzati in vetro e affini, articoli casalinghi, coltelli e affini, nonché articoli da regalo e complementi d'arredo, per l'importo complessivo massimo nell'arco di 12 mesi di 4 mln euro. Il contratto entrera' in vigore domani, fino al 5 marzo 2025.



Promotica – Preliminari 2023, Ricavi nel range 84-85mln (89,9mln nel 2022)



Nel 2023 il fatturato consolidato preliminare si attesta in un range compreso tra 84 e 85 milioni, rispetto a 89,9 milioni al 31 dicembre 2022 e riflette la traslazione, dovuta allo spostamento delle preferenze dei consumatori su un maggior numero di categorie merceologiche, di parte delle consegne dei premi di una campagna di grande rilevanza ai primi mesi del 2024. Conseguentemente a tale dinamica, si è assistito ad una crescita del fatturato del primo bimestre del 2024 per la sola Promotica superiore al 230% su base annua.

Nel corso del 2023 la società ha gestito in totale 318 campagne promozionali, rispetto alle 272 campagne del 2022, per un valore medio delle campagne di circa 182.000 euro e per un totale di premi erogati pari a 13,2 milioni di pezzi. I clienti sono aumentati da 129 nel 2022 a 169 e Promotica si è avvalsa di 150 fornitori, di cui 10 con contratto di esclusiva.

Si ricorda che il CdA approverà il progetto di bilancio di esercizio e del bilancio consolidato al 31 dicembre 2023 il 30 aprile 2024.



Promotica – Approvata delibera quadro per contratto fornitura con parte correlata IVV Italia



Il CdA ha adottato una delibera quadro ai sensi dell'articolo 7 della procedura per le operazioni con Parti Correlate (OPC) di Promotica vigente tra la società e la parte correlata IVV Italia.

La delibera quadro ha ad oggetto la fornitura da parte di IVV Italia di prodotti per la tavola realizzati in vetro e affini, articoli casalinghi, coltelli e affini, nonché articoli da regalo e complementi d'arredo, per l'importo complessivo massimo nell'arco di 12 mesi di 4 milioni (oltre Iva); il nuovo contratto di fornitura sarà valido dal 6 marzo 2024 e fino al 5 marzo 2025.

In particolare, Promotica per le proprie attività promozionali, di loyalty e di programmi fedeltà intende avvalersi dei prodotti forniti da IVV Italia, contraddistinti dal marchio "IVV" di cui detiene la licenza d'uso. Il contratto prevede che i prodotti siano appositamente sviluppati per Promotica e definiti nelle quantità, ai prezzi di vendita e nei termini di consegna che saranno di volta in volta indicati da appositi accordi scritti per la realizzazione delle proprie campagne promozionali e dei propri programmi fedeltà e loyalty.

IVV Italia è stata individuata quale parte correlata in quanto controllata da persona correlata a Promotica. Toscani Diego, infatti, è titolare di una quota di partecipazione pari al 74,43% del capitale sociale di Promotica, tramite la Società Dieci.Sette e al contempo titolare tramite Dieci.Sette di una quota di partecipazione pari al 100% di IVV Italia.

L'operazione si configura come operazione con parti correlate di maggior rilevanza, poiché il valore economico complessivo massimo dell'operazione previsto nell'arco di 12 mesi supera le soglie di rilevanza individuate ai sensi dell'articolo 1.1 della Procedura OPC.



Promotica, boom di vendite nel 2024: in due mesi fatturato a +230%



Fatturato in lieve calo nel 2023, si stimano tra gli 84 e gli 85 milioni di euro rispetto ai (quasi) 90 milioni dell'anno precedente, ma boom di vendite nel primo bimestre del 2024: +230% rispetto allo stesso periodo dell'esercizio 2023. Sono le prime anticipazioni rese note dal Consiglio di amministrazione di Promotica spa, agenzia loyalty bresciana – quartier generale a Desenzano del Garda – specializzata nella realizzazione di soluzioni marketing atte ad aumentare la vendite, la fidelizzazione e la brand advocacy. La società è quotata su Euronext Growth Milano.

In attesa dell'approvazione del bilancio consolidato, prevista per il 30 aprile, Promotica fa sapere di aver gestito, nel 2023, un totale di 318 campagne promozionali, in aumento rispetto alle 272 del 2022, per un valore medio di circa 182mila euro e premi erogati per oltre 13,2 milioni di pezzi. I clienti sono aumentati (da 129 a 169) con 150 fornitori, di cui 10 con contratto di esclusiva.

In due mesi fatturato a +230%

“I dati preliminari del fatturato consolidato 2023 – spiega Diego Toscani, ad di Promotica – consegnano una fotografia in lieve calo rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, principalmente a causa della traslazione al 2024 della consegna di una parte dei premi su una primaria campagna loyalty. Questo effetto è ben evidente nella crescita di oltre il 230% del fatturato mostrata nel primo bimestre di quest'anno. Da segnalare anche le campagne avviate che riguardano aziende leader nel settore della Gdo, come Unicoop Firenze e Coop Alleanza 3.0 con cui abbiamo avviato due short collection per un valore complessivo di 9 milioni di euro”.

Fondata nel 2003 e dalla fine del 2020 quotata sul mercato Euronext Growth, Promotica vanta una lunga esperienza maturata nei settori retail, food, farmaceutico e servizi. Nel 2022 erano più di un migliaio i clienti attivi, con la realizzazione di più di 500 campagne e circa 20 milioni di premi erogati. L'azienda offre servizi di consulenza per la pianificazione e lo sviluppo promozionale, gestendo 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, misurazione dei risultati.