



Rassegna Stampa

11 Marzo 2024

Indice

Promotica	3
Promotica: avvia campagna fidelizzazione in Polonia MF NEWSWIRES (IT) - 07/03/2024	3
Promotica avvia prima campagna di loyalty marketing in Polonia teleborsa.it - 07/03/2024	4
Promotica avvia prima campagna di loyalty marketing in Polonia Borsaitaliana.it - 07/03/2024	5
Promotica avvia prima campagna di loyalty marketing in Polonia lastampa.it - 07/03/2024	6
Promotica avvia prima campagna di loyalty marketing in Polonia ilsecoloxix.it - 07/03/2024	7
Promotica avvia prima campagna di loyalty marketing in Polonia tiscali.it - 07/03/2024	8
Promotica avvia prima campagna di loyalty marketing in Polonia repubblica.it - 07/03/2024	9
Iveco Group, record in Borsa Promotica sbarca in Polonia Bresciaoggi - 10/03/2024	10
Promotica - Avviata prima campagna di fidelizzazione nei supermercati polacchi Stokrotka marketinsight.it - 08/03/2024	12
Promotica sbarca in Polonia con una campagna di loyalty per Stokrotka lamescolanza.com - 08/03/2024	13
Promotica espande il proprio business in Polonia con successo Traderlink.it - 08/03/2024	14



► 07 marzo 2024

Promotica: avvia campagna fidelizzazione in Polonia

MILANO (MF-NW) - Promotica, società quotata su Egm attiva nella realizzazione di soluzioni di marketing per l'aumento delle vendite e la fidelizzazione dei clienti, ha avviato oggi la prima campagna in Polonia, presso la catena di supermercati Stokrotka.

La penetrazione del mercato polacco, si legge in una nota, rappresenta una tappa fondamentale per lo sviluppo del gruppo, già presente a Hong Kong e a Belgrado e fa seguito alla decisione di costituire un team di esperti internazionali di retail marketing presso alcuni Stati ritenuti ad alto potenziale di crescita per le campagne loyalty, tra cui Romania, Ungheria, Croazia, Slovenia, Albania e la Polonia.

La campagna, denominata "Componi il tuo set italiano", presenta un'esclusiva collezione di stoviglie di Pozzi Milano.



Promotica avvia prima campagna di loyalty marketing in Polonia



(Teleborsa) - Promotica, società quotata su Euronext Growth Milan e agenzia loyalty specializzata nella realizzazione di soluzioni marketing per aumentare le vendite, la fidelizzazione e la brand advocacy, ha **avviato la prima campagna di loyalty marketing in Polonia**, presso la catena di supermercati Stokrotk.

Da molti anni Promotica è presente in Asia (Hong Kong) e Europa dell'Est (Belgrado), ma è recente la decisione di **costituire team di esperti internazionali di retail marketing presso alcuni Stati ritenuti ad alto potenziale** di crescita per le campagne loyalty, tra cui Romania, Ungheria, Croazia, Slovenia, Albania e appunto Polonia.

La campagna, denominata "**Componi il tuo set italiano**", presenta un'esclusiva collezione di stoviglie di Pozzi Milano.

"Siamo molto felici e orgogliosi di iniziare la nostra attività internazionale in Polonia, uno dei mercati food&grocery più importanti ma anche più difficili e competitivi d'Europa - ha commentato l'**AD Diego Toscani** - Siamo convinti che la campagna "Componi il tuo set italiano" avrà successo e che gli acquirenti polacchi avranno una grande opportunità di familiarizzare ancora di più con il gusto e l'eleganza italiana".



Promotica avvia prima campagna di loyalty marketing in Polonia



Promotica, società quotata su Euronext Growth Milan e agenzia loyalty specializzata nella realizzazione di soluzioni marketing per aumentare le vendite, la fidelizzazione e la brand advocacy, ha **avviato la prima campagna di loyalty marketing in Polonia**, presso la catena di supermercati Stokrotk.

Da molti anni Promotica è presente in Asia (Hong Kong) e Europa dell'Est (Belgrado), ma è recente la decisione di **costituire team di esperti internazionali di retail marketing presso alcuni Stati ritenuti ad alto potenziale** di crescita per le campagne loyalty, tra cui Romania, Ungheria, Croazia, Slovenia, Albania e appunto Polonia.

La campagna, denominata **"Componi il tuo set italiano"**, presenta un'esclusiva collezione di stoviglie di **Pozzi Milano**.

"Siamo molto felici e orgogliosi di iniziare la nostra attività internazionale in Polonia, uno dei mercati food&grocery più importanti ma anche più difficili e competitivi d'Europa - ha commentato l'**AD Diego Toscani** - Siamo convinti che la campagna "Componi il tuo set italiano" avrà successo e che gli acquirenti polacchi avranno una grande opportunità di familiarizzare ancora di più con il gusto e l'eleganza italiana".



Promotica avvia prima campagna di loyalty marketing in Polonia



Promotica, società quotata su Euronext Growth Milan e agenzia loyalty specializzata nella realizzazione di soluzioni marketing per aumentare le vendite, la fidelizzazione e la brand advocacy, ha **avviato la prima campagna di loyalty marketing in Polonia**, presso la catena di supermercati Stokrotk.

Da molti anni Promotica è presente in Asia (Hong Kong) e Europa dell'Est (Belgrado), ma è recente la decisione di **costituire team di esperti internazionali di retail marketing presso alcuni Stati ritenuti ad alto potenziale** di crescita per le campagne loyalty, tra cui Romania, Ungheria, Croazia, Slovenia, Albania e appunto Polonia.

La campagna, denominata **"Componi il tuo set italiano"**, presenta un'esclusiva collezione di stoviglie di Pozzi Milano.

"Siamo molto felici e orgogliosi di iniziare la nostra attività internazionale in Polonia, uno dei mercati food&grocery più importanti ma anche più difficili e competitivi d'Europa - ha commentato l' **AD Diego Toscani** - Siamo convinti che la campagna "Componi il tuo set italiano" avrà successo e che gli acquirenti polacchi avranno una grande opportunità di familiarizzare ancora di più con il gusto e l'eleganza italiana".



Promotica avvia prima campagna di loyalty marketing in Polonia



Promotica, società quotata su Euronext Growth Milan e agenzia loyalty specializzata nella realizzazione di soluzioni marketing per aumentare le vendite, la fidelizzazione e la brand advocacy, ha **avviato la prima campagna di loyalty marketing in Polonia**, presso la catena di supermercati Stokrotk.

Da molti anni Promotica è presente in Asia (Hong Kong) e Europa dell'Est (Belgrado), ma è recente la decisione di **costituire team di esperti internazionali di retail marketing presso alcuni Stati ritenuti ad alto potenziale** di crescita per le campagne loyalty, tra cui Romania, Ungheria, Croazia, Slovenia, Albania e appunto Polonia.

La campagna, denominata **"Componi il tuo set italiano"**, presenta un'esclusiva collezione di stoviglie di Pozzi Milano.

"Siamo molto felici e orgogliosi di iniziare la nostra attività internazionale in Polonia, uno dei mercati food&grocery più importanti ma anche più difficili e competitivi d'Europa - ha commentato l' **AD Diego Toscani** - Siamo convinti che la campagna "Componi il tuo set italiano" avrà successo e che gli acquirenti polacchi avranno una grande opportunità di familiarizzare ancora di più con il gusto e l'eleganza italiana".



Promotica avvia prima campagna di loyalty marketing in Polonia



Promotica, società quotata su Euronext Growth Milan e agenzia loyalty specializzata nella realizzazione di soluzioni marketing per aumentare le vendite, la fidelizzazione e la brand advocacy, ha **avviato la prima campagna di loyalty marketing in Polonia**, presso la catena di supermercati Stokrotk.

Da molti anni Promotica è presente in Asia (Hong Kong) e Europa dell'Est (Belgrado), ma è recente la decisione di **costituire team di esperti internazionali di retail marketing presso alcuni Stati ritenuti ad alto potenziale** di crescita per le campagne loyalty, tra cui Romania, Ungheria, Croazia, Slovenia, Albania e appunto Polonia.

La campagna, denominata **"Componi il tuo set italiano"**, presenta un'esclusiva collezione di stoviglie di Pozzi Milano.

"Siamo molto felici e orgogliosi di iniziare la nostra attività internazionale in Polonia, uno dei mercati food&grocery più importanti ma anche più difficili e competitivi d'Europa - ha commentato l'**AD Diego Toscani** - Siamo convinti che la campagna "Componi il tuo set italiano" avrà successo e che gli acquirenti polacchi avranno una grande opportunità di familiarizzare ancora di più con il gusto e l'eleganza italiana".



Promotica avvia prima campagna di loyalty marketing in Polonia - Economia e Finanza



Promotica, società quotata su Euronext Growth Milan e agenzia loyalty specializzata nella realizzazione di soluzioni marketing per aumentare le vendite, la fidelizzazione e la brand advocacy, ha **avviato la prima campagna di loyalty marketing in Polonia**, presso la catena di supermercati Stokrotk.

Da molti anni Promotica è presente in Asia (Hong Kong) e Europa dell'Est (Belgrado), ma è recente la decisione di **costituire team di esperti internazionali di retail marketing presso alcuni Stati ritenuti ad alto potenziale** di crescita per le campagne loyalty, tra cui Romania, Ungheria, Croazia, Slovenia, Albania e appunto Polonia.

La campagna, denominata **"Componi il tuo set italiano"**, presenta un'esclusiva collezione di stoviglie di Pozzi Milano.

"Siamo molto felici e orgogliosi di iniziare la nostra attività internazionale in Polonia, uno dei mercati food&grocery più importanti ma anche più difficili e competitivi d'Europa - ha commentato l'**AD Diego Toscani** - Siamo convinti che la campagna "Componi il tuo set italiano" avrà successo e che gli acquirenti polacchi avranno una grande opportunità di familiarizzare ancora di più con il gusto e l'eleganza italiana".



Le quotate

Iveco Group, record in Borsa Promotica sbarca in Polonia

• La società presente anche a Brescia archivia la settimana in Borsa segnando il record con il titolo che sale a 12,255 euro

BRESCIA Quotate di interesse per il Bresciano protagoniste su due fronti. Iveco Group spa (Exor è il primo azionista), presente anche a Brescia con lo stabilimento di via Volturmo, ha chiuso la settimana in Borsa, toccando anche il massimo di 12,6 euro, a 12,255 euro (nuovo record, con +2,51% su giovedì) dopo i rumor su un interesse di Leonardo per la divisione dei veicoli militari. Ci sarebbero stati alcuni colloqui negli ultimi sei mesi e il valore dell'operazione si aggirerebbe attorno ai 750 milioni, ma non ci sono commenti ufficiali. Già un paio di settimane fa la società aveva avvicinato il prezzo di riferimento dell'Ipo (11,22 euro), segnando venerdì 23 febbraio quota 11,235 euro. Sale l'attesa per la presentazione del nuovo Piano industriale 2024-28, il primo post spin-off da Cnh. E cresce l'attesa sulle prospettive della Business unit dei veicoli antincendio, Magirus, presente anche a Brescia (180 addetti; un migliaio in Europa) e per cui Iveco è in cerca di un investitore che rilevi tutta o in parte la divi-

sione. L'amministratore delegato di Iveco Group, Gerrit Marx, commentando i conti 2023 ha spiegato che «stiamo facendo buoni progressi con un gruppo selezionato di equity partner adatti».

Oltre confine

Promotica spa di Desenzano del Garda, quotata sull'Egm di Borsa, agenzia loyalty spe-

cializzata nella realizzazione di soluzioni marketing per aumentare le vendite, la fidelizzazione e la brand advocacy, ha avviato la prima campagna di loyalty marketing in Polonia, con Stokrotka, uno dei principali rivenditori di generi alimentari e drogheria nel Paese con una rete di quasi 1.000 supermercati e minimarket. Da molti anni Promotica è presente in Asia (Hong Kong) e Europa dell'Est (Belgrado), ma è recente la decisione di costituire team di esperti internazionali di retail marketing in alcuni Stati ritenuti ad alto potenziale di crescita, tra cui Romania, Ungheria, Croazia, Slovenia, Albania e appunto Polonia. La nuova iniziativa all'estero, denominata «Componi il tuo set italiano», presenta un'esclusiva collezione di stoviglie di Pozzi Milano. «Siamo molto felici e orgogliosi di iniziare la nostra attività internazionale in Polonia», ha commentato l'amministratore delegato di Promotica Diego Toscani.

La spa di Desenzano avvia la prima campagna di loyalty marketing per Stokrotka

Nel Paese dell'Europa centrale saranno protagonisti i prodotti firmati Pozzi Milano



Protagonista Il titolo di Iveco Group spa, società presente anche a Brescia, ha segnato il nuovo massimo in Borsa

Brescia in Borsa
La settimana a Piazza Affari

	Venerdì 01/03	Venerdì 08/03	Var. % settimanale	Var. % annua
	4,02	4,00	-0,50	15,27
 ANTARES	2,25	2,53	12,44	-66,09
	1,6700	1,7510	4,85	27,58
 hellini	1,7800	1,6500	-7,30	-30,08
 QUALIT	0,2440	0,2370	-2,87	-17,13
 Cembre	41,100	41,500	0,97	36,07
 GEFRAN	8,000	7,910	-1,13	-20,58
	14,300	14,200	-0,70	-19,32
 INTESA SANPAOLO	3,0045	3,1025	3,26	20,96
 INTRED	10,4500	9,9000	-5,26	-24,43
 IVECO GROUP	11,9700	12,2550	2,38	35,38
	1,930	1,970	2,07	1,29
 PALINGO	5,200	5,200	0,00	0
 POSTALMARKET	0,736	0,724	-1,63	-46,76
 PROMOTICA	2,120	2,080	-1,89	-23,81
 SABAF	17,040	16,060	-5,75	-3,72
	1,115	1,115	0,00	-16,22
Mercato VorVel				
	9,240	9,240	0,00	

Prezzi in €



Promotica – Avviata prima campagna di fidelizzazione nei supermercati polacchi Stokrotka



Promotica comunica di aver avviato la prima campagna di loyalty marketing in Polonia, presso la catena di supermercati Stokrotka.

L'avvio delle attività di Promotica in Polonia segna una tappa fondamentale nello sviluppo del gruppo a livello internazionale e in particolare in Europa. Da molti anni Promotica, infatti, è presente in Asia (Hong Kong) e Europa dell'Est (Belgrado), ma è recente la decisione di costituire team di esperti internazionali di retail marketing presso alcuni stati ritenuti ad alto potenziale di crescita per le campagne loyalty, tra cui Romania, Ungheria, Croazia, Slovenia, Albania e appunto Polonia.

Stokrotka è una realtà leader in Polonia, oggi uno dei principali rivenditori di generi alimentari e drogheria nel Paese, con una rete di quasi 1.000 supermercati e minimarket.

La campagna, denominata "Componi il tuo set italiano", presenta un'esclusiva collezione di stoviglie di Pozzi Milano e combina la funzionalità delle stoviglie di tutti i giorni con la passione per gli accessori eleganti e senza tempo, che si adattano a tutte le cucine e sale da pranzo. In particolare, la campagna durerà fino al 25 luglio 2024 e gli acquirenti di Stokrotka possono raccogliere punti bonus e riscattarli con stoviglie di alta qualità in porcellana del marchio italiano di lusso Pozzi Milano.



Promotica sbarca in Polonia con una campagna di loyalty per Stokrotka



Promotica S.p.A. – agenzia loyalty specializzata nella realizzazione di soluzioni marketing atte ad aumentare le vendite, la fidelizzazione e la brand advocacy quotata su Euronext Growth Milan – comunica di aver avviato, la prima campagna di loyalty marketing in Polonia, presso la catena di supermercati Stokrotka. L'avvio delle attività di Promotica in Polonia segna una tappa fondamentale nello sviluppo del Gruppo a livello internazionale e in particolare in Europa. Da molti anni Promotica, infatti, è presente in Asia (Hong Kong) e Europa dell'Est (Belgrado), ma è recente la decisione di costituire team di esperti internazionali di retail marketing presso alcuni Stati ritenuti ad alto potenziale di crescita per le campagne loyalty, tra cui Romania, Ungheria, Croazia, Slovenia, Albania e appunto Polonia. Questo accordo conferma la bontà delle decisioni prese e della capacità dell'azienda di rendere concrete le opportunità che via via si presentano. Stokrotka è una realtà leader in Polonia, oggi uno dei principali rivenditori di generi alimentari e drogheria nel Paese, con una rete di quasi 1.000 supermercati e minimarket. La campagna, denominata "Componi il tuo set italiano", presenta un'esclusiva collezione di stoviglie di Pozzi Milano e combina la funzionalità delle stoviglie di tutti i giorni con la passione per gli accessori eleganti e senza tempo, che si adattano a tutte le cucine e sale da pranzo. In particolare, la campagna durerà fino al 25 luglio 2024 e gli acquirenti di Stokrotka possono raccogliere punti bonus e riscattarli con stoviglie di alta qualità in porcellana del marchio italiano di lusso Pozzi Milano. **Diego Toscani**, Amministratore Delegato di Promotica, ha così commentato: "Siamo molto felici e orgogliosi di iniziare la nostra attività internazionale in Polonia, uno dei mercati food&grocery più importanti ma anche più difficili e competitivi d'Europa. Siamo convinti che la campagna "Componi il tuo set italiano" avrà successo e che gli acquirenti polacchi avranno una grande opportunità di familiarizzare ancora di più con il gusto e l'eleganza italiana. Siamo felici che i piatti Baraonda di Pozzi Milano saranno presenti in tante case polacche, al servizio degli acquirenti di Stokrotka per l'uso quotidiano e per le occasioni speciali. Questo tipo di campagne sono anche un ottimo modo per premiare la fedeltà degli acquirenti in modo significativo ed emozionale. Confidiamo che sia così anche per questa azione". **Mirosław Wawryszczuk**, membro del Consiglio di Amministrazione e Direttore Vendite e Marketing di Stokrotka, ha aggiunto: "L'obiettivo di questa campagna di marketing è rafforzare il nostro posizionamento sul mercato, premiare i nostri acquirenti per la loro fedeltà e costruire Stokrotka come un marchio che si prende cura dei suoi clienti, rimanendo sempre vicino a loro e supportandoli nella loro vita quotidiana".



Promotica espande il proprio business in Polonia con successo

Promotica, agenzia di loyalty marketing quotata su Euronext Growth Milan, ha lanciato il 7 marzo 2024 la sua prima campagna in Polonia presso la catena di supermercati Stokrotka. L'obiettivo è aumentare le vendite e la fedeltà dei clienti attraverso soluzioni di marketing personalizzate.