



 **PROMOTICA**
— PEOPLE DRIVEN COMPANY —

Rassegna Stampa

05 Settembre 2024

Indice

Promotica_Australia_ Drakes Supermarkets	4
PILLOLE MF - 05/09/2024	4
Promotica arriva in Australia Italia Oggi - 05/09/2024	5
Promotica no-limits: nuova campagna in Australia Bresciaoggi - 05/09/2024	7
Promotica sbarca in Australia con Drakes Giornale di Brescia - 05/09/2024	8
Promotica: al via campagna fidelizzazione in supermercati Drakes in Australia MF NEWSWIRE (IT) - 04/09/2024	9
Promotica: avvia campagna fidelizzazione con Drakes Supermarkets in Australia Radiocor.ilsole24ore.com - 04/09/2024	10
Promotica lancia prima campagna fidelizzazione in Australia teleborsa.it - 04/09/2024	11
Promotica sbarca in Australia e lancia la campagna di fidelizzazione nei supermercati Drakes Milanofinanza.it - 04/09/2024	12
Registrati a QuiBrescia Quibrescia.it - 04/09/2024	13
Desenzano, Promotica 'flies' to Australia with new campaign for Drakes supermarkets Quibrescia.it - 04/09/2024	15
Promotica lancia prima campagna fidelizzazione in Australia Borsaitaliana.it - 04/09/2024	16
Promotica: avvia campagna fidelizzazione con Drakes Supermarkets in Australia Borsaitaliana.it - 04/09/2024	17
Promotica lancia prima campagna fidelizzazione in Australia repubblica.it - 04/09/2024	18
Promotica lancia prima campagna fidelizzazione in Australia lastampa.it - 04/09/2024	19
Promotica lancia prima campagna fidelizzazione in Australia ilsecoloxix.it - 04/09/2024	20
Promotica - Avviata prima campagna di fidelizzazione nei supermercati Drakes in Australia marketinsight.it - 04/09/2024	21
Promotica amplia il proprio raggio di azione in Australia rassegnabusiness.news - 05/09/2024	22
Promotica avvia la prima campagna di fidelizzazione nei supermercati Drakes, in Australia italia-informa.com - 04/09/2024	23

PILLOLE

AIFI

■ Nominate le otto commissioni dell'associazione. Il presidente Cipolletta a capo della Tax&Legal.

COVIVIO

■ La società immobiliare sostiene la nona edizione della manifestazione «Con la luce negli occhi» di Fondazione Michele Cea.

MEDIOBANCA

■ Premiata da Extel come miglior broker in Italia per il decimo anno consecutivo.

FINCANTIERI

■ L'ad Folgiero premiato com miglior ceo 2024 nel settore «Difesa e crociere» degli European Ceo Awards.

METRO ITALIA

■ David Martinez Fontano nuovo ceo.

LUTECH

■ Nel primo semestre i ricavi

vi del gruppo sono cresciuti del 25% a 429 milioni. Il valore dei nuovi contratti è di 565 milioni.

KRYALOS

■ Istituisce Ottaviano, fondo di direct lending immobiliare con un obiettivo di 300 milioni. Asset in gestione sopra i 13 miliardi.

BANCO BPM

■ Davide Leone sale nel capitale. In base alle comunicazioni alla Consob sulle partecipazioni rilevanti, Leone ha una partecipazione indiretta potenziale del 5,474%.

PROMOTICA

■ Avvia la prima campagna di fidelizzazione in Australia con il rivenditore di alimentari Drakes Supermakets.

WIZZ AIR

■ Inaugura i voli intercontinentali low cost con la rotta Milano Malpensa-Abu Dhabi, disponibile dal 2025, con i nuovi Airbus A321XLR.



La società che realizza programmi fedeltà continua nel suo piano di espansione

Promotica arriva in Australia

Utilities, pharma e auto i settori per diversificare oltre la gdo

DI SARA BRUGNONI

Promotica continua nella sua espansione internazionale e avvia una campagna di fidelizzazione insieme alla catena di supermercati australiani Drakes. L'azienda italiana, specializzata in programmi fedeltà (cataloghi premi, collezionamenti e concorsi), realizza così un ulteriore passo in avanti, dato che l'insegna estera costituisce il più grande rivenditore indipendente di alimentari del paese, con una rete di oltre 60 punti vendita.

Promotica porta con sé un'altra realtà italiana in Australia: fino al 12 novembre, infatti, Drakes Supermarkets premierà i suoi clienti abituali omaggiandoli di alcuni contenitori in vetro realizzati da Giannini, impresa bresciana simbolo del made in Italy per quanto riguarda gli articoli per la casa.

La società prosegue quindi nella sua strategia di internazionalizzazione, intrapresa nella seconda metà del 2023 dopo aver consolidato la propria posizione all'interno del mercato italiano.

Negli ultimi mesi, infatti, sono stati avviati alcuni programmi di loyalty in Polonia e in Romania insieme ai marchi Stokrotka e Profi. Il gruppo si è focalizzato in particolare su 16 paesi (suddivisi tra Europa, Far East, Australia e Nuova Zelanda), selezionati come potenziali mercati di sbocco anche grazie a una serie di analogie con la normativa italiana che regola il settore della fidelizzazione.

E se la grande distribuzione organizzata resta il principale cliente, l'azienda guarda anche verso nuove opportunità di sviluppo per diversificare il business. «In gene-

rale, noi lavoriamo per i settori che hanno bisogno di una ripetitività dell'acquisto e hanno una forte necessità di mantenere il cliente» ha spiegato a *ItaliaOggi* **Diego Toscani**, amministratore delegato della società, «per questo ora puntiamo anche sui settori utilities, pharma e anche sull'automotive. Si tratta di comparti nei quali registriamo una crescita graduale e che attualmente valgono circa il 10% del no-



stro fatturato». Per questo tra i clienti del gruppo rientrano anche Edison Energia e il marchio di prodotti farmaceutici Profar.

Tra l'altro, la gdo sta ormai attraversando una fase di evoluzione tecnologica e, per rafforzare il rapporto con la propria clientela, si sta rendendo sempre più necessario l'utilizzo di tecniche digitalizzate. L'obiettivo è quello di tracciare i comportamenti dei consumatori, anticipando le scelte e personalizzando, di conseguenza, l'offerta finale.

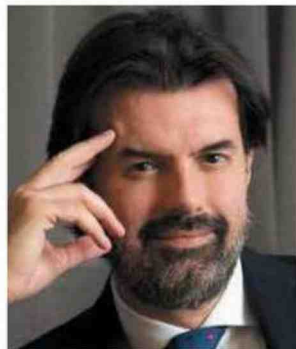
Da qui, la scelta di Promotica di investire in piattaforme digitali e strumenti di intelligenza artificiale per migliorare la redditività.

La mission, per altro, è quella di creare un'unione tra le attività di marketing e i bisogni della società: per questo, molto spesso l'azienda ha intrapreso programmi con una finalità benefica, attraverso l'avvio di campagne di fidelizzazione per la raccolta di fondi destinati a scuole o a strutture ospedaliere. Se si guarda invece ai target di riferimento «a cambiare sono solo gli strumenti e la loro efficacia, chiaramente in base al pubblico che si vuole raggiungere» prosegue Toscani «anche se ognuno di noi è soggetto ai meccanismi di fidelizzazione. I giovani, però, tendono a preferire come premio diverse tipo-

logie di esperienze, mentre le generazioni più adulte sono ancora legate al regalo fisico e alla raccolta punti tramite i bollini».

L'espansione internazionale ha inoltre permesso al gruppo di raggiungere «risultati economici soddisfacenti per i primi mesi dell'anno», dopo che il bilancio dello scorso anno si era chiuso con un leggero calo dei ricavi a 84,5 milioni di euro per via del diverso calendario dei progetti di loyalty rispetto all'anno precedente, anche se con un utile in crescita pari a 3,4 milioni di euro. La strategia di Promotica ora punta verso un incremento del peso dell'export, che attualmente rappresenta il 10% sul fatturato totale, ma, secondo le stime, raggiungerà il 20% entro il prossimo anno.

—© Riproduzione riservata—



Diego Toscani



In Australia sono presenti oltre 60 supermercati Drakes



La quotata / 2

Promotica no-limits: nuova campagna in Australia

• La spa di Desenzano del Garda partner di Drakes Supermarkets
Un passo avanti nello sviluppo internazionale

DESENZANO Promotica spa di Desenzano del Garda - specializzata nel marketing e quotata sull'EGM di Borsa Italiana - ha avviato la prima campagna di fidelizzazione in Australia con il più grande rivenditore indipendente di alimentari, Drakes Supermarkets. Fino al 12 novembre, Drakes offrirà in omaggio ai clienti contenitori in vetro sigillati sottovuoto, sacchetti e tappi per bottiglie firmati Giannini.

Un passo avanti nello sviluppo di Promotica a livello internazionale, dopo l'avvio delle recenti partnership in Romania con Profi e in Polonia con Stokrotka. «È merito del nostro team internazionale aver realizzato il primo programma nella regione del Pacifico», commenta Diego Toscani, alla guida di Promotica.



Promotica sbarca in Australia con Drakes

La quotata

DESENZANO DEL GARDA. Promotica sbarca in Australia. L'agenzia loyalty bresciana specializzata nella realizzazione di soluzioni marketing per la fidelizzazione dei clienti ha avviato la prima campagna di fidelizzazione in Australia con il più grande rivenditore indipendente di alimentari, Drakes Supermarkets. Fino al 12 novembre, Drakes premierà la fedeltà dei suoi clienti con l'omaggio

di contenitori in vetro sigillati sottovuoto, sacchetti e tappi per bottiglie con lo storico marchio Giannini, in passato leader nella progettazione e produzione di articoli per la casa dal 1951.

Questa prima campagna in Australia segna un ulteriore importante traguardo nello sviluppo del Gruppo Promotica a livello internazionale, dopo l'avvio delle recenti partnership in Romania con Profi e in Polonia con Stokrotka, frutto del lavoro e dell'impegno della divisione International, guida-

ta da un gruppo di manager di elevato profilo ed esperienza.

«È un onore lavorare con Drakes, il principale rivenditore indipendente di generi alimentari nel mercato australiano - commenta l'ad di Promotica, Diego Toscani -, e offrire un programma che non è solo gratificante ma anche rilevante in questi tempi difficili. È merito dell'impegno del nostro team internazionale aver realizzato il nostro primo programma nella regione del Pacifico, dove ci aspettiamo molti grandi successi. Siamo anche contenti di poter portare il design italiano in questa area geografica, grazie alla collaborazione con Giannini, realtà di assoluto valore e con prodotti innovativi e di alta qualità». //



Promotica: al via campagna fidelizzazione in supermercati Drakes in Australia

MILANO (MF-NW)--Promotica, agenzia loyalty specializzata nella realizzazione di soluzioni marketing atte ad aumentare le vendite, la fidelizzazione e la brand advocacy, quotata su Euronext Growth Milan, ha avviato la prima campagna di fidelizzazione in Australia con il più grande rivenditore indipendente di alimentari, Drakes Supermarkets. Fino al 12 novembre, spiega una nota, Drakes premierà la fedeltà dei suoi clienti con l'omaggio di contenitori in vetro sigillati sottovuoto, sacchetti e tappi per bottiglie dell'azienda italiana Giannini, leader nella progettazione e produzione di articoli per la casa dal 1951. Questa prima campagna in Australia segna un ulteriore importante traguardo nello sviluppo del Gruppo Promotica a livello internazionale, dopo l'avvio delle recenti partnership in Romania con Profi e in Polonia con Stokrotka, frutto del lavoro e dell'impegno della divisione International, guidata da un gruppo di manager di elevato profilo ed esperienza. com/zag (fine) MF NEWSWIRE (redazione@mfnewswires.it) 0408:45 set 2024

Promotica: avvia campagna fidelizzazione con Drakes Supermarkets in Australia

(Il Sole 24 Ore Radiocor) - Milano, 04 set - Promotica -specializzata nel marketing e quotata su Euronext Growth Milan – ha avviato la prima campagna di fidelizzazione in Australia insieme al più grande rivenditore indipendente di alimentari, Drakes Supermarkets. Lo ha reso noto la società in un comunicato. Fino al 12 novembre, Drakes offrirà in omaggio ai suoi clienti contenitori in vetro sigillati sottovuoto, sacchetti e tappi per bottiglie dell'azienda italiana Giannini. Questa prima campagna in Australia segna un passo avanti nello sviluppo del Gruppo Promotica a livello internazionale, dopo l'avvio delle recenti partnership in Romania con Profi e in Polonia con Stokrotka. "È merito dell'impegno del nostro team internazionale aver realizzato il nostro primo programma nella regione del Pacifico, dove ci aspettiamo molti grandi successi", ha commentato Diego Toscani, ad di Promotica. "Questa collaborazione rappresenta un'importante opportunità per Drakes di migliorare ulteriormente l'esperienza dei nostri clienti", ha aggiunto Michael Connolly, Direttore Generale Merchandise & Marketing di Drakes.

com-Cog



Promotica lancia prima campagna fidelizzazione in Australia



Promotica, agenzia loyalty specializzata nella realizzazione di soluzioni marketing per le aziende, quotata su Euronext Growth Milan, ha avviato la **prima campagna di fidelizzazione in Australia**, per il più grande rivenditore indipendente di alimentari, **Drakes Supermarkets**.

Fino al 12 novembre, Drakes premierà la fedeltà dei suoi clienti con l'omaggio di **contenitori in vetro sigillati sottovuoto, sacchetti e tappi** per bottiglie dell'azienda italiana **Giannini**, leader nella progettazione e produzione di articoli per la casa dal 1951.

Questa **prima campagna in Australia** segna un ulteriore importante traguardo nello sviluppo del Gruppo Promotica a livello internazionale, dopo l'avvio delle recenti partnership in Romania con Profi e in Polonia con Stokrotka, frutto del lavoro e dell'impegno della divisione International, guidata da un gruppo di manager di elevato profilo ed esperienza.



Promotica sbarca in Australia e lancia la campagna di fidelizzazione nei supermercati Drakes



Il rivenditore di alimentari australiano premierà la fedeltà dei clienti con l'omaggio di contenitori in vetro sigillati sottovuoto, sacchetti e tappi per bottiglie dell'azienda italiana Giannini

Promotica amplia il raggio d'azione e sbarca in **Australia**. L'agenzia specializzata nelle soluzioni di marketing volte ad aumentare le vendite ha avviato la prima **campagna di fidelizzazione** in Australia con il più grande rivenditore indipendente di alimentari, **Drakes Supermakets**.

Fino al 12 novembre, Drakes premierà la fedeltà dei suoi clienti con **l'omaggio di contenitori in vetro** sigillati sottovuoto, sacchetti e tappi per bottiglie dell'azienda italiana Giannini, leader nella progettazione e produzione di articoli per la casa dal 1951. All'Egm il titolo Promotica scende dell'1% a 1,92 euro (-32,8% in un anno).

Questa prima campagna in Australia segna un ulteriore importante traguardo nello sviluppo del gruppo a livello internazionale, dopo l'avvio delle recenti partnership **in Romania con Profi e in Polonia con Stokrotka**, frutto del lavoro e dell'impegno della divisione International, guidata da un gruppo di manager di elevato profilo ed esperienza.

Diego Toscani, amministratore delegato di Promotica, ha commentato: «È un onore lavorare con Drakes, il principale rivenditore indipendente di generi alimentari nel mercato australiano, e offrire un programma che non è solo gratificante ma anche rilevante in questi tempi difficili. È merito dell'impegno del nostro team internazionale aver realizzato il nostro primo programma nella regione del Pacifico, dove ci aspettiamo molti grandi successi. Siamo anche contenti di **poter portare il design italiano in questa area geografica**, grazie alla collaborazione con Giannini, realtà di assoluto valore e con prodotti innovativi e di alta qualità».



Desenzano, Promotica “vola” in Australia con la nuova campagna per i supermercati Drakes

Nuova collaborazione dell'azienda desenzanese: Drakes premierà la fedeltà dei suoi clienti con l'omaggio di contenitori in vetro sigillati sottovuoto, sacchetti e tappi per bottiglie dell'azienda italiana Giannini.



Promotica S.p.A., con sede a Desenzano del Garda (Brescia), 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 fidelizzazione in Australia** con il più grande rivenditore indipendente di alimentari, **Drakes Supermarkets**.

Fino al 12 novembre, **Drakes premierà la fedeltà dei suoi clienti con l'omaggio di contenitori in vetro sigillati sottovuoto, sacchetti e tappi per bottiglie dell'azienda italiana Giannini**, leader nella progettazione e produzione di articoli per la casa dal 1951.

Questa prima campagna in Australia segna un ulteriore importante traguardo nello sviluppo del Gruppo Promotica a livello internazionale, dopo l'avvio delle recenti partnership in **Romania con Profi** e in **Polonia con Stokrotka**, frutto del lavoro e dell'impegno della divisione International, guidata da un gruppo di manager di elevato profilo ed esperienza.



«È un onore lavorare con Drakes, il principale rivenditore indipendente di generi alimentari nel mercato australiano, e offrire un programma che non è solo gratificante ma anche rilevante in questi tempi difficili – ha commentato **Diego Toscani, Amministratore Delegato di Promotica**. – È merito dell'impegno del nostro team internazionale aver realizzato il nostro primo programma nella regione del Pacifico, dove ci aspettiamo molti grandi successi. Siamo anche contenti di poter portare il design italiano in questa area geografica, grazie alla collaborazione con Giannini, realtà di assoluto valore e con prodotti innovativi e di alta qualità».

«**Siamo entusiasti di offrire, grazie alla partnership con Promotica e Giannini** – ha aggiunto **Michael Connoly, Direttore Generale Merchandise & Marketing di Drakes** – un programma che non solo premia i nostri clienti e offre loro un prodotto in grado di prolungare la vita degli alimenti freschi e, in ultima analisi, di farli risparmiare, ma li mette anche in contatto con la qualità e l'artigianalità del design italiano. Questa collaborazione rappresenta un'importante opportunità per Drakes di migliorare ulteriormente l'esperienza dei nostri clienti e rafforzare il nostro impegno verso l'eccellenza».



Desenzano, Promotica 'flies' to Australia with new campaign for Drakes supermarkets



Promotica S.p.A. based in Desenzano del Garda (Brescia, Italy), a loyalty agency specialized in marketing solutions to increase sales, loyalty and brand advocacy listed on Euronext Growth Milan – announces that it has launched its first loyalty campaign in Australia with the largest independent grocery retailer, Drakes Supermarkets. Until 12 November, Drakes will reward customer loyalty with free vacuum-sealed glass containers, bags and bottle caps from Italian company Giannini, a leading designer and manufacturer of household goods since 1951.

This first campaign in Australia marks another important milestone in the development of the Promotica Group at an international level, after the launch of recent **partnerships in Romania** with Profi and in Poland with Stokrotka, the result of the work and commitment of the International division, led by a group of managers with a high profile and experience.

'It is an honour to work with Drakes, the leading independent food retailer in the Australian market, and to offer a programme that is not only rewarding but also relevant in these difficult times,' commented **Diego Toscani**, Promotica's CEO. – It is a credit to the efforts of our international team that we have delivered our first programme in the Pacific region, where we expect many great successes. We are also pleased to be able to bring Italian design to this geographical area, thanks to the collaboration with Giannini, a company of absolute value and with innovative and high quality products'.

'We are thrilled to offer, thanks to the partnership with Promotica and Giannini,' added **Michael Connolly**, General Manager Merchandise & Marketing at Drakes, 'a programme that not only rewards our customers and offers them a product that prolongs the life of fresh food and ultimately saves them money, but also puts them in touch with the quality and craftsmanship of Italian design. This collaboration represents an important opportunity for Drakes to further enhance our customers' experience and reinforce our commitment to excellence.'



Promotica lancia prima campagna fidelizzazione in Australia



Promotica, agenzia loyalty specializzata nella realizzazione di soluzioni marketing per le aziende, quotata su Euronext Growth Milan, ha avviato la **prima campagna di fidelizzazione in Australia**, per il più grande rivenditore indipendente di alimentari, **Drakes Supermarkets**.

Fino al 12 novembre, Drakes premierà la fedeltà dei suoi clienti con l'omaggio di **contenitori in vetro sigillati sottovuoto, sacchetti e tappi** per bottiglie dell'azienda italiana **Giannini**, leader nella progettazione e produzione di articoli per la casa dal 1951.

Questa **prima campagna in Australia** segna un ulteriore importante traguardo nello sviluppo del Gruppo Promotica a livello internazionale, dopo l'avvio delle recenti partnership in Romania con Profi e in Polonia con Stokrotka, frutto del lavoro e dell'impegno della divisione International, guidata da un gruppo di manager di elevato profilo ed esperienza.



Promotica: avvia campagna fidelizzazione con Drakes Supermarkets in Australia

Promotica -specializzata nel marketing e quotata su Euronext Growth Milan - ha avviato la prima campagna di fidelizzazione in Australia insieme al piu' grande rivenditore indipendente di alimentari, Drakes Supermarkets. Lo ha reso noto la societa' in un comunicato. Fino al 12 novembre, Drakes offrira' in omaggio ai suoi clienti contenitori in vetro sigillati sottovuoto, sacchetti e tappi per bottiglie dell'azienda italiana Giannini. Questa prima campagna in Australia segna un passo avanti nello sviluppo del Gruppo Promotica a livello internazionale, dopo l'avvio delle recenti partnership in Romania con Profi e in Polonia con Stokrotka. 'E' merito dell'impegno del nostro team internazionale aver realizzato il nostro primo programma nella regione del Pacifico, dove ci aspettiamo molti grandi successi", ha commentato Diego Toscani, ad di Promotica. " Questa collaborazione rappresenta un'importante opportunita' per Drakes di migliorare ulteriormente l'esperienza dei nostri clienti", ha aggiunto Michael Connolly, Direttore Generale Merchandise & Marketing di Drakes.



Promotica lancia prima campagna fidelizzazione in Australia



Promotica, agenzia loyalty specializzata nella realizzazione di soluzioni marketing per le aziende, quotata su Euronext Growth Milan, ha avviato la **prima campagna di fidelizzazione in Australia**, per il più grande rivenditore indipendente di alimentari, **Drakes Supermarkets**.

Fino al 12 novembre, Drakes premierà la fedeltà dei suoi clienti con l'omaggio di **contenitori in vetro sigillati sottovuoto, sacchetti e tappi** per bottiglie dell'azienda italiana **Giannini**, leader nella progettazione e produzione di articoli per la casa dal 1951.

Questa **prima campagna in Australia** segna un ulteriore importante traguardo nello sviluppo del Gruppo Promotica a livello internazionale, dopo l'avvio delle recenti partnership in Romania con Profi e in Polonia con Stokrotka, frutto del lavoro e dell'impegno della divisione International, guidata da un gruppo di manager di elevato profilo ed esperienza.



Promotica lancia prima campagna fidelizzazione in Australia



Promotica, agenzia loyalty specializzata nella realizzazione di soluzioni marketing per le aziende, quotata su Euronext Growth Milan, ha avviato la **prima campagna di fidelizzazione in Australia**, per il più grande rivenditore indipendente di alimentari, **Drakes Supermarkets**.

Fino al 12 novembre, Drakes premierà la fedeltà dei suoi clienti con l'omaggio di **contenitori in vetro sigillati sottovuoto, sacchetti e tappi** per bottiglie dell'azienda italiana **Giannini**, leader nella progettazione e produzione di articoli per la casa dal 1951.

Questa **prima campagna in Australia** segna un ulteriore importante traguardo nello sviluppo del Gruppo Promotica a livello internazionale, dopo l'avvio delle recenti partnership in Romania con Profi e in Polonia con Stokrotka, frutto del lavoro e dell'impegno della divisione International, guidata da un gruppo di manager di elevato profilo ed esperienza.



Promotica lancia prima campagna fidelizzazione in Australia



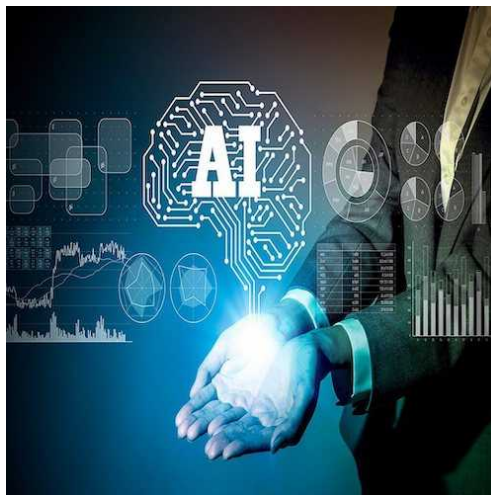
Promotica, agenzia loyalty specializzata nella realizzazione di soluzioni marketing per le aziende, quotata su Euronext Growth Milan, ha avviato la **prima campagna di fidelizzazione in Australia**, per il più grande rivenditore indipendente di alimentari, **Drakes Supermarkets**.

Fino al 12 novembre, Drakes premierà la fedeltà dei suoi clienti con l'omaggio di **contenitori in vetro sigillati sottovuoto, sacchetti e tappi** per bottiglie dell'azienda italiana **Giannini**, leader nella progettazione e produzione di articoli per la casa dal 1951.

Questa **prima campagna in Australia** segna un ulteriore importante traguardo nello sviluppo del Gruppo Promotica a livello internazionale, dopo l'avvio delle recenti partnership in Romania con Profi e in Polonia con Stokrotka, frutto del lavoro e dell'impegno della divisione International, guidata da un gruppo di manager di elevato profilo ed esperienza.



Promotica – Avviata prima campagna di fidelizzazione nei supermercati Drakes in Australia



Promotica comunica di aver avviato la prima campagna di fidelizzazione in Australia con il più grande rivenditore indipendente di alimentari, Drakes Supermarkets.

Fino al 12 novembre, Drakes premierà la fedeltà dei suoi clienti con l'omaggio di contenitori in vetro sigillati sottovuoto, sacchetti e tappi per bottiglie dell'azienda italiana Giannini, leader nella progettazione e produzione di articoli per la casa dal 1951.

Questa prima campagna in Australia segna un ulteriore importante traguardo nello sviluppo del Gruppo Promotica a livello internazionale, dopo l'avvio delle recenti partnership in Romania con Profi e in Polonia con Stokrotka, frutto del lavoro e dell'impegno della divisione International, guidata da un gruppo di manager di elevato profilo ed esperienza.



Promotica amplia il proprio raggio di azione in Australia



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 fidelizzazione in Australia con il più grande rivenditore indipendente di alimentari, **Drakes Supermarkets**.

Fino al 12 novembre 2020, Drakes premierà la fedeltà dei suoi clienti con l'omaggio di contenitori in vetro sigillati sottovuoto, sacchetti e tappi per bottiglie dell'azienda italiana Giannini, leader nella progettazione e produzione di articoli per la casa dal 1951.

Questa prima campagna in Australia segna un ulteriore importante traguardo nello sviluppo del Gruppo Promotica a livello internazionale, dopo l'avvio delle recenti partnership in Romania con Profi (v. comunicato stampa 28 agosto 2024) e in Polonia con Stokrotka (v. comunicato stampa 7 marzo 2024), frutto del lavoro e dell'impegno della divisione International, guidata da un gruppo di manager di elevato profilo ed esperienza.

Diego Toscani, Amministratore Delegato di Promotica, ha così commentato:

“È un onore lavorare con Drakes, il principale rivenditore indipendente di generi alimentari nel mercato australiano, e offrire un programma che non è solo gratificante ma anche rilevante in questi tempi difficili. È merito dell'impegno del nostro team internazionale aver realizzato il nostro primo programma nella regione del Pacifico, dove ci aspettiamo molti grandi successi. Siamo anche contenti di poter portare il design italiano in questa area geografica, grazie alla collaborazione con Giannini, realtà di assoluto valore e con prodotti innovativi e di alta qualità”.

Michael Connoly, Direttore Generale Merchandise & Marketing di Drakes, dichiara:

“Siamo entusiasti di offrire, grazie alla partnership con Promotica e Giannini, un programma che non solo premia i nostri clienti e offre loro un prodotto in grado di prolungare la vita degli alimenti freschi e, in ultima analisi, di farli risparmiare, ma li mette anche in contatto con la qualità e l'artigianalità del design italiano. Questa collaborazione rappresenta un'importante opportunità per Drakes di migliorare ulteriormente l'esperienza dei nostri clienti e rafforzare il nostro impegno verso l'eccellenza”.



Promotica avvia la prima campagna di fidelizzazione nei supermercati Drakes, in Australia



Da oggi fino al 12 novembre, Drakes omaggerà i suoi clienti più fedeli con contenitori in vetro sigillati sottovuoto, sacchetti e tappi per bottiglie dell'azienda italiana Giannini.

Un nuovo passo per Promotica, che continua il suo sviluppo all'estero, dopo l'avvio delle recenti collaborazioni in Romania con Profi e in Polonia con Stokrotka.

Diego Toscani, Amministratore Delegato di Promotica (nella foto), ha commentato: *"È un onore lavorare con Drakes, il principale rivenditore indipendente di generi alimentari nel mercato australiano, e offrire un programma che non è solo gratificante ma anche rilevante in questi tempi difficili. È merito dell'impegno del nostro team internazionale aver realizzato il nostro primo programma nella regione del Pacifico, dove ci aspettiamo molti grandi successi. Siamo anche contenti di poter portare il design italiano in questa area geografica, grazie alla collaborazione con Giannini, realtà di assoluto valore e con prodotti innovativi e di alta qualità".*

Michael Connolly, Direttore Generale Merchandise & Marketing di Drakes, ha dichiarato: *"Siamo entusiasti di offrire, grazie alla partnership con Promotica e Giannini, un programma che non solo premia i nostri clienti e offre loro un prodotto in grado di prolungare la vita degli alimenti freschi e, in ultima analisi, di farli risparmiare, ma li mette anche in contatto con la qualità e l'artigianalità del design italiano. Questa collaborazione rappresenta un'importante opportunità per Drakes di migliorare ulteriormente l'esperienza dei nostri clienti e rafforzare il nostro impegno verso l'eccellenza".*



Australia, Promotica avvia la campagna di fidelizzazione con Drakes Supermarkets



Promotica Spa, 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 fidelizzazione in Australia con il più grande rivenditore indipendente di alimentari, Drakes Supermarkets.

Fino al 12 novembre, Drakes premierà la fedeltà dei suoi clienti con l'omaggio di contenitori in vetro sigillati sottovuoto, sacchetti e tappi per bottiglie dell'azienda italiana Giannini, leader nella progettazione e produzione di articoli per la casa dal 1951.

Questa prima campagna in Australia segna un ulteriore importante traguardo nello sviluppo del Gruppo Promotica a livello internazionale, dopo l'avvio delle recenti partnership in Romania con Profi (v. comunicato stampa 28 agosto 2024) e in Polonia con Stokrotka (v. comunicato stampa 7 marzo 2024), frutto del lavoro e dell'impegno della divisione International, guidata da un gruppo di manager di elevato profilo ed esperienza.

Diego Toscani, amministratore delegato di Promotica, ha così commentato: "È un onore lavorare con Drakes, il principale rivenditore indipendente di generi alimentari nel mercato australiano, e offrire un programma che non è solo gratificante ma anche rilevante in questi tempi difficili. È merito dell'impegno del nostro team internazionale aver realizzato il nostro primo programma nella regione del Pacifico, dove ci aspettiamo molti grandi successi. Siamo anche contenti di poter portare il design italiano in questa area geografica, grazie alla collaborazione con Giannini, realtà di assoluto valore e con prodotti innovativi e di alta qualità".

Michael Connolly, direttore generale Merchandise & Marketing di Drakes, ha aggiunto: "Siamo entusiasti di offrire, grazie alla partnership con Promotica e Giannini, un programma che non solo premia i nostri clienti e offre loro un prodotto in grado di prolungare la vita degli alimenti freschi e, in ultima analisi, di farli risparmiare, ma li mette anche in contatto con la qualità e l'artigianalità del design italiano. Questa collaborazione rappresenta un'importante opportunità per Drakes di migliorare ulteriormente l'esperienza dei nostri clienti e rafforzare il nostro impegno verso l'eccellenza".