



11 Febbraio 2025

Indice

Promotica	4
Promotica, il contratto con Esselunga spinge il titolo Il Sole 24 Ore - 07/02/2025	4
Promotica-Esselunga: c'è la prima campagna Bresciaoggi - 07/02/2025	5
Promotica avvia la prima campagna per Esselunga Giornale di Brescia - 07/02/2025	6
Comunicazione Promotica ha lanciato la nuova campagna promozionale per gruppo Esselunga Daily Media - 07/02/2025	7
PROMOTICA FIRMA UNA RACCOLTA PUNTI IN COLLABORAZIONE CON ESSELUNGA TouchPoint Today - 07/02/2025	8
Borsa: +6,3% Promotica, al mercato piace prima campagna con Esselunga Il Sole 24 Ore Radiocor - 06/02/2025	10
MARKET DRIVER: Promotica +4,5% con campagna raccolta punti per Esselunga mfnewswires.it - 06/02/2025	11
Promotica: avvia prima campagna raccolta punti per Esselunga mfnewswires.it - 06/02/2025	12
Borsa: +6,3% Promotica, al mercato piace prima campagna con Esselunga Borsaitaliana.it - 06/02/2025	13
Promotica avvia la prima campagna con Esselunga Distribuzionemoderna.info - 06/02/2025	14
Promotica - Avvia la prima campagna con Esselunga marketinsight.it - 06/02/2025	15
Promotica avvia la prima collaborazione con Esselunga repubblica.it - 06/02/2025	16
Promotica avvia la prima collaborazione con Esselunga ilsecoloxix.it - 06/02/2025	17
Promotica avvia la prima collaborazione con Esselunga lastampa.it - 06/02/2025	18
Promotica avvia una collaborazione con Esselunga per una campagna fedeltà con Smeg spotandweb.it - 06/02/2025	19
Desenzano, Promotica: siglata la prima campagna con Esselunga Quibrescia.it - 06/02/2025	20
Promotica: al via la prima campagna con Esselunga foodaffairs.it - 06/02/2025	21
PROMOTICA: AL VIA LA PRIMA CAMPAGNA CON ESSELUNGA mediakey.it - 06/02/2025	22
INDUSTRIA. LOMBARDIA. PROMOTICA AVVIA LA PRIMA COLLABORAZIONE CON ESSELUNGA tilancio.com - 06/02/2025	23
Promotica: al via la prima campagna con Esselunga rassegnabusiness.news - 07/02/2025	24
Promotica: parte la campagna con Esselunga largoconsumo.info - 10/02/2025	25
Esselunga sceglie Promotica per la nuova campagna di brand loyalty technoretail.it - 10/02/2025	26



► 7 febbraio 2025

Promotica, il contratto con Esselunga spinge il titolo

L'ordine segue i 5 accordi
da 24 milioni di novembre
con altre insegne della gdo

Gdo

Promotica conquista i negozi e la platea di consumatori di Esselunga e decolla sull'Euronext Growth market con un guadagno fino al 6,3% (salvo poi ridimensionarsi e chiudere ieri in serata a 2,24 euro per azione, in crescita dello 0,9%). A spingere gli acquisti delle azioni dell'agenzia loyalty, specializzata nella realizzazione di soluzioni marketing atte ad aumentare le vendite, la fidelizzazione e la brand advocacy, la notizia di una nuova collaborazione con la catena di supermercati controllata dalla famiglia Caprotti.

Si tratta della prima partnership tra Promotica e il gruppo della grande distribuzione, che con un fatturato di 9,3 miliardi di euro e soprattutto un patrimonio di 5,5 milioni di clienti fidelizzati rappresenta una vera pietra miliare per l'azienda di loyalty di Desenzano del Garda (Bs). La campagna, già in atto e con scadenza il 12 marzo, consente di collezionare i prodotti per la colazione della linea 50' S Style di Smeg. Il concorso consente anche di

partecipare all'estrazione di 300 macchine del caffè Espresso Smeg.

«Siamo molto soddisfatti di questa prima campagna realizzata per il gruppo Esselunga, una realtà innovativa e capace di attrarre importanti quote di clientela - ha commentato in una nota l'amministratore delegato Diego Toscani -. Il nostro impegno quotidiano è di offrire un servizio utile al cliente e prodotti di altissima qualità».

L'avvio della campagna con Esselunga arriva a poche settimane dagli annunci dello scorso mese di novembre, con i quali Promotica aveva ufficializzato l'avvio di cinque campagne di fidelizzazione per player della grande distribuzione organizzata come Coop, Carrefour e Desa, per un valore complessivo superiore a 24 milioni di euro. Si tratta di accordi che, insieme al contratto con Esselunga, pongono le basi per proseguire il trend positivo nei conti di Promotica, che nel primo semestre dell'anno scorso ha messo a segno un

incremento significativo sia dei ricavi (da 33,22 milioni a 60,66 milioni, +82,6%) che dell'Ebitda (da 640mila euro a 4,56 milioni, marginalità del 7,5% rispetto all'1,9% del primo semestre dell'anno precedente), grazie allo sviluppo delle campagne programmate nei mesi precedenti. Forte la spinta dell'attività internazionale, grazie al lancio della nuova Divisione International, che ha visto tra gli altri nuovi progetti di espansione in Polonia (a valle dell'accordo con la catena di supermercati Stokrotka) e Australia (con il più grande rivenditore indipendente di alimentari, Drakes Supermarkets). Positivi anche l'Ebit, da 0,09 milioni a 3,86 milioni, e il risultato netto, che sale a 2 milioni contro la perdita di 400mila euro dello stesso periodo dell'anno precedente.

—M.Me.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



La quotata

Promotica-Esselunga: c'è la prima campagna

DESENZANO DEL GARDA

Promotica lancia la prima campagna con Esselunga. La spa con sede a Desenzano del Garda, agenzia loyalty specializzata nella realizzazione di soluzioni marketing e quotata in Borsa, avvia la collaborazione con una delle realtà leader della grande distribuzione italiana, che vanta una rete di oltre 190 tra superstore, supermarket e il nuovo format laEsse, in Lombardia, Toscana, Emilia-Romagna, Piemonte, Veneto, Li-

guria e Lazio, con un fatturato di 9,3 miliardi di euro e oltre 5,5 milioni di clienti.

La raccolta punti, con scadenza il 12 marzo, consente di ottenere i prodotti per la colazione della linea 50'S Style di Smeg), permettendo di partecipare all'estrazione di trecento macchine del caffè Espresso Smeg.

«Il nostro anno inizia con una campagna che darà grande soddisfazione», commenta Diego Toscani, amministratore delegato di Promotica spa.



Promotica avvia la prima campagna per Esselunga

Marketing

DESENZANO DEL GARDA. La bresciana Promotica, agenzia loyalty specializzata nella realizzazione di soluzioni marketing per aumentare le vendite, e la fidelizzazione dei clienti ha avviato la prima collaborazione con Esselunga, tra le realtà leader nel settore della grande distribuzione.

La campagna, con scadenza il 12 marzo 2025, consente di collezionare i prodotti iconici di Smeg. Esselunga è una delle principali realtà italiane nel settore della grande distribuzione che opera attraverso una rete di oltre 190 negozi tra superstore, supermarket e il nuovo format laEsse, in Lombardia, Toscana, Emilia-Romagna, Piemonte, Veneto, Liguria e Lazio.

«Esselunga è una realtà innovativa e capace di attrarre importanti quote di clientela - spiega Diego Toscani, ad di Promotica -. Il nostro impegno quotidiano è di offrire un servizio utile al cliente e prodotti di alta qualità. Siamo felici di poter proporre prodotti Smeg, un marchio che è sinonimo di grande qualità e design». //



Comunicazione Promotica ha lanciato la nuova campagna promozionale per gruppo Esselunga

L'agenzia, per questa prima collaborazione, ha seguito la raccolta punti con in palio prodotti Smeg

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 – comunica di aver avviato la prima collaborazione con Esselunga, tra le realtà leader nel settore della grande distribuzione. La campagna, con scadenza il 12 marzo 2025, consente di collezionare i prodotti iconici di Smeg. Esselunga è una delle principali realtà italiane nel settore della grande distribuzione che opera attraverso una rete di oltre 190 negozi tra superstore, supermarket e il nuovo format laEsse,

in Lombardia, Toscana, Emilia-Romagna, Piemonte, Veneto, Liguria e Lazio. La storia di Esselunga inizia nel 1957 con l'apertura a Milano del primo supermarket in Italia. Oggi il gruppo si avvale di oltre 28.000 persone, ha un fatturato di €9,3 miliardi e conta 5,5 milioni di clienti fidelizzati. La raccolta punti consente di ottenere i prodotti per la colazione della linea 50'S Style di Smeg, un momento fondamentale per l'inizio di ogni giornata. In particolare, è il frullatore multifunzione, il bollitore elettrico, lo spremiagrumi e il tostapane 2 fette con pinze incluse. Infine, il concorso

consente di partecipare all'estrazione di n. 300 Macchine del Caffè Espresso Smeg. Diego Toscani, Amministratore Delegato di Promotica, ha dichiarato: "Il nostro anno inizia con una campagna che sicuramente darà grande soddisfazione al nostro cliente e anche a noi".





IN PALIO I PRODOTTI DELLA LINEA 50'S STYLE DI SMEG

PROMOTICA FIRMA UNA RACCOLTA PUNTI IN COLLABORAZIONE CON ESSELUNGA

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 collaborazione con **Esselunga**, tra le realtà leader nel settore della grande distribuzione. La campagna, con scadenza il 12 marzo 2025, consente di collezionare i prodotti iconici di **Smeg**. La raccolta punti consente di ottenere i prodotti per la colazione della linea **50'S Style di Smeg**, un momento fondamentale per l'inizio di ogni giornata.

In particolare, è il frullatore multifunzione, il bollitore elettrico, lo spremiagrumi e il tostapane 2 fette con pinze incluse. Infine, il concorso

consente di partecipare all'estrazione di n. 300 Macchine del Caffè Espresso Smeg. **Diego Toscani**, Amministratore Delegato di Promotica, ha commentato: «Siamo molto soddisfatti di questa prima campagna realizzata per il gruppo Esselunga, una realtà innovativa e capace di attrarre importanti quote di clientela. Il nostro impegno quotidiano è di offrire un servizio utile al cliente e prodotti di altissima qualità. Sulla linea di questi nostri punti di riferimento siamo molto felici di poter proporre alcuni prodotti Smeg, un marchio che è sinonimo di grande qualità e design. Il nostro anno inizia con una campagna che sicuramente darà grande soddisfazione al nostro cliente e anche a noi».





DIEGO TOSCANI



► 05 febbraio 2025

Borsa: +6,3% Promotica, al mercato piace prima campagna con Esselunga

In evidenza il titolo di Promotica a Piazza Affari, che guadagna il 6,3% a 2,36 euro per azione. A spingere gli acquisti delle azioni dell'agenzia loyalty, la notizia di una nuova collaborazione con Esselunga. Si tratta della prima partnership tra Promotica e il gruppo della grande distribuzione che si avvale di oltre 28.000 persone, ha un fatturato di 9,3 miliardi di euro e conta 5,5 milioni di clienti fidelizzati. La campagna, già in atto e con scadenza il 12 marzo 2025, consente di collezionare i prodotti per la colazione della linea 50'S Style di Smeg. Il concorso consente anche di partecipare all'estrazione di 300 Macchine del Caffè Espresso Smeg. "Siamo molto soddisfatti di questa prima campagna realizzata per il gruppo Esselunga, una realtà innovativa e capace di attrarre importanti quote di clientela", ha commentato in una nota l'amministratore delegato Diego Toscani. "Il nostro impegno quotidiano è di offrire un servizio utile al cliente e prodotti di altissima

qualità. Sulla linea di questi nostri punti di riferimento siamo molto felici di poter proporre alcuni prodotti

Smeg, un marchio che è sinonimo di grande qualità e design", ha continuato il ceo, sottolineando come il 2025 inizi "con una campagna che sicuramente darà grande soddisfazione".

MARKET DRIVER: Promotica +4,5% con campagna raccolta punti per Esselunga

MILANO (MF-NW)--Promotica +4,5% a 2,32 euro sull'Egm. L'agenzia loyalty specializzata nella realizzazione di soluzioni marketing atte ad aumentare le vendite, la fidelizzazione e la brand advocacy, ha avviato la prima collaborazione con Esselunga sotto forma di una raccolta punti, con scadenza il 12 marzo, che permette di collezionare iconici prodotti Smeg.

pl (fine)

MF NEWSWIRE (redazione@mfnewswires.it)

0611:21 feb 2025

Promotica: avvia prima campagna raccolta punti per Esselunga

MILANO (MF-NW)--Promotica, agenzia loyalty quotata su Egm specializzata nella realizzazione di soluzioni marketing atte ad aumentare le vendite, la fidelizzazione e la brand advocacy, ha avviato la prima collaborazione con Esselunga sotto forma di una raccolta punti, con scadenza il 12 marzo, che permette di collezionare iconici prodotti Smeg. Lo si apprende da una nota.

"Siamo molto soddisfatti di questa prima campagna realizzata per il gruppo Esselunga, una realtà innovativa e capace di attrarre importanti quote di clientela", commenta il ceo di Promotica, Diego Toscani. "Il nostro impegno quotidiano è di offrire un servizio utile al cliente e prodotti di altissima qualità. Sulla linea di questi nostri punti di riferimento siamo molto felici di poter proporre alcuni prodotti Smeg, un marchio che è sinonimo di grande qualità e design. Il nostro anno inizia con una campagna che sicuramente darà grande soddisfazione al nostro cliente e anche a noi".

com/bon (fine)

MF NEWSWIRE (redazione@mfnewswires.it)

0610:44 feb 2025



Borsa: +6,3% Promotica, al mercato piace prima campagna con Esselunga

In evidenza il titolo di Promotica a Piazza Affari, che guadagna il 6,3% a 2,36 euro per azione. A spingere gli acquisti delle azioni dell'agenzia loyalty, la notizia di una nuova collaborazione con Esselunga. Si tratta della prima partnership tra Promotica e il gruppo della grande distribuzione che si avvale di oltre 28.000 persone, ha un fatturato di 9,3 miliardi di euro e conta 5,5 milioni di clienti fidelizzati.

La campagna, già in atto e con scadenza il 12 marzo 2025, consente di collezionare i prodotti per la colazione della linea 50'S Style di Smeg. Il concorso consente anche di partecipare all'estrazione di 300 Macchine del Caffè Espresso Smeg. 'Siamo molto soddisfatti di questa prima campagna realizzata per il gruppo Esselunga, una realtà innovativa e capace di attrarre importanti quote di clientela', ha commentato in una nota l'amministratore delegato Diego Toscani. 'Il nostro impegno quotidiano è di offrire un servizio utile al cliente e prodotti di altissima qualità'. Sulla linea di questi nostri punti di riferimento siamo molto felici di poter proporre alcuni prodotti Smeg, un marchio che è sinonimo di grande qualità e design', ha continuato il ceo, sottolineando come il 2025 inizi 'con una campagna che sicuramente darà grande soddisfazione'.



Promotica avvia la prima campagna con Esselunga



Diego Toscani, amministratore delegato di Promotica

Promotica, l'agenzia loyalty specializzata nella realizzazione di soluzioni marketing per aumentare le vendite, la fidelizzazione e la brand advocacy – ha avviato la prima collaborazione con **Esselunga**: una campagna che consente di collezionare i prodotti iconici di Smeg, attiva fino al 12 marzo. La raccolta punti consente di ottenere i prodotti per la colazione della linea **50'S Style di Smeg**. In particolare: il frullatore multifunzione, il bollitore elettrico, lo spremiagrumi e il tostapane due fette con pinze incluse. Infine, il concorso consente di partecipare all'estrazione di 300 macchine del caffè espresso Smeg.

«Siamo molto soddisfatti di questa prima campagna realizzata per il gruppo Esselunga, una realtà innovativa e capace di attrarre importanti quote di clientela – dichiara **Diego Toscani, amministratore delegato di Promotica** –. Il nostro impegno quotidiano è di offrire un servizio utile al cliente e prodotti di altissima qualità. Sulla linea di questi nostri punti di riferimento siamo molto felici di poter proporre alcuni prodotti Smeg, un marchio che è sinonimo di grande qualità e design. Il nostro anno inizia con una campagna che sicuramente darà grande soddisfazione al nostro cliente e anche a noi».



Promotica – Avvia la prima campagna con Esselunga



Promotica ha avviato la prima collaborazione con Esselunga, una delle principali realtà italiane nel settore della grande distribuzione.

La campagna, che scadrà a metà marzo, consente di collezionare i prodotti iconici per la colazione della linea 50'S Style di Smeg.



Promotica avvia la prima collaborazione con Esselunga - Economia e Finanza



Promotica **avviato la prima collaborazione con Esselunga**

AD Diego Toscani nostro anno inizia con una campagna che sicuramente darà grande soddisfazione

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 collaborazione con Esselunga**, tra le realtà leader nel settore della grande distribuzione. La campagna, con scadenza il 12 marzo 2025, consente di collezionare i prodotti iconici di Smeg.

"Siamo molto soddisfatti di questa prima campagna realizzata per il gruppo Esselunga, una realtà innovativa e capace di attrarre importanti quote di clientela - ha detto l'**AD Diego Toscani** - Il nostro impegno quotidiano è di offrire un servizio utile al cliente e prodotti di altissima qualità. Sulla linea di questi nostri punti di riferimento siamo molto felici di poter proporre alcuni prodotti Smeg, un marchio che è sinonimo di grande qualità e design. Il **nostro anno inizia con una campagna che sicuramente darà grande soddisfazione** al nostro cliente e anche a noi".



Promotica avvia la prima collaborazione con Esselunga



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 collaborazione con Esselunga**, tra le realtà leader nel settore della grande distribuzione. La campagna, con scadenza il 12 marzo 2025, consente di collezionare i prodotti iconici di Smeg.

"Siamo molto soddisfatti di questa prima campagna realizzata per il gruppo Esselunga, una realtà innovativa e capace di attrarre importanti quote di clientela - ha detto l'**AD Diego Toscani** - Il nostro impegno quotidiano è di offrire un servizio utile al cliente e prodotti di altissima qualità. Sulla linea di questi nostri punti di riferimento siamo molto felici di poter proporre alcuni prodotti Smeg, un marchio che è sinonimo di grande qualità e design. Il **nostro anno inizia con una campagna che sicuramente darà grande soddisfazione** al nostro cliente e anche a noi".



Promotica avvia la prima collaborazione con Esselunga



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 collaborazione con Esselunga**, tra le realtà leader nel settore della grande distribuzione. La campagna, con scadenza il 12 marzo 2025, consente di collezionare i prodotti iconici di Smeg.

"Siamo molto soddisfatti di questa prima campagna realizzata per il gruppo Esselunga, una realtà innovativa e capace di attrarre importanti quote di clientela - ha detto l'**AD Diego Toscani** - Il nostro impegno quotidiano è di offrire un servizio utile al cliente e prodotti di altissima qualità. Sulla linea di questi nostri punti di riferimento siamo molto felici di poter proporre alcuni prodotti Smeg, un marchio che è sinonimo di grande qualità e design. Il **nostro anno inizia con una campagna che sicuramente darà grande soddisfazione** al nostro cliente e anche a noi".



Promotica avvia una collaborazione con Esselunga per una campagna fedeltà con Smeg



Promotica S.p.A. (EGM: PMT), agenzia specializzata in soluzioni marketing per la fidelizzazione e la brand advocacy, ha annunciato una nuova collaborazione con Esselunga, uno dei leader della grande distribuzione in Italia. La campagna, che avrà termine il 12 marzo 2025, offre ai clienti l'opportunità di collezionare prodotti iconici del marchio Smeg, azienda famosa per il suo design raffinato e la qualità dei suoi elettrodomestici.

Esselunga, con oltre 190 punti vendita in diverse regioni italiane e un fatturato di 9,3 miliardi di euro, rappresenta una delle realtà più solide nel settore della grande distribuzione. Fondata nel 1957, la catena è oggi punto di riferimento per milioni di clienti fidelizzati.

La campagna loyalty permetterà ai consumatori di accumulare punti per ottenere prodotti esclusivi Smeg della linea 50's Style, pensati per la colazione. Tra i premi disponibili, figurano il frullatore multifunzione, il bollitore elettrico, lo spremiagrumi e il tostapane. Inoltre, i partecipanti potranno vincere una delle 300 Macchine del Caffè Espresso Smeg tramite estrazione.

Diego Toscani, CEO di Promotica, ha espresso soddisfazione per questa collaborazione, sottolineando l'importanza di lavorare con un partner innovativo come Esselunga. Ha inoltre aggiunto che l'inizio dell'anno con una campagna di successo segnerà un ulteriore passo verso il rafforzamento del valore offerto ai clienti.



Desenzano, Promotica: siglata la prima campagna con Esselunga

La campagna prevede una raccolta punti con in palio i prodotti della linea 50'S Style di Smeg. Toscani: «Il nostro anno inizia con una campagna promozionale importante».



Desenzano del Garda. Promotica S.p.A., agenzia loyalty con sede a Desenzano del Garda (Brescia), 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 collaborazione con Esselunga**, tra le realtà leader nel settore della grande distribuzione. **La campagna, con scadenza il 12 marzo 2025, consente di collezionare i prodotti iconici di Smeg.**

Esselunga è una delle principali realtà italiane nel settore della grande distribuzione che opera attraverso una rete di oltre 190 negozi tra superstore, supermarket e il nuovo format laEsse, in Lombardia, Toscana, Emilia-Romagna, Piemonte, Veneto, Liguria e Lazio. La storia di Esselunga inizia nel 1957 con l'apertura a Milano del primo supermercato in Italia. Oggi il gruppo si avvale di oltre 28.000 persone, ha un fatturato di 9,3 miliardi di euro e conta 5,5 milioni di clienti fidelizzati.

La raccolta punti consente di ottenere i prodotti per la colazione della linea 50'S Style di Smeg, un momento fondamentale per l'inizio di ogni giornata. In particolare, è il frullatore multifunzione, il bollitore elettrico, lo spremiagrumi e il tostapane 2 fette con pinze incluse. Infine, il concorso consente di partecipare all'estrazione di 300 Macchine del Caffè Espresso Smeg.

«Siamo molto soddisfatti di questa prima campagna realizzata per il gruppo Esselunga, una realtà innovativa e capace di attrarre importanti quote di clientela – ha detto **Diego Toscani, Amministratore Delegato di Promotica**. – Il nostro impegno quotidiano è di offrire un servizio utile al cliente e prodotti di altissima qualità. Sulla linea di questi nostri punti di riferimento siamo molto felici di poter proporre alcuni prodotti Smeg, un marchio che è sinonimo di grande qualità e design. Il nostro anno inizia con una campagna che sicuramente darà grande soddisfazione al nostro cliente e anche a noi».

Promotica: al via la prima campagna con Esselunga



Promotica S.p.A. (EGM: PMT) – agenzia specializzata in soluzioni di marketing per aumentare vendite, fidelizzazione e brand advocacy, quotata su Euronext Growth Milan – annuncia la sua prima collaborazione con **Esselunga**, uno dei leader della grande distribuzione in Italia. La campagna, attiva fino al 12 marzo 2025, permetterà ai clienti di collezionare gli iconici prodotti **Smeg**.

Esselunga, con una rete di oltre 190 punti vendita tra **superstore**, **supermarket** e il nuovo format **laEsse**, è una delle realtà più affermate nel settore. Fondata nel 1957 con l'apertura del primo supermercato italiano a Milano, oggi il gruppo conta oltre **28.000 dipendenti**, un fatturato di **9,3 miliardi di euro** e una base di **5,5 milioni di clienti fidelizzati**.

La raccolta punti consentirà di ottenere prodotti della linea **50'S Style di Smeg**, perfetti per la colazione, tra cui:

- **Frullatore multifunzione**
- **Bollitore elettrico**
- **Spremiagrumi**
- **Tostapane a 2 fette con pinze incluse**

Inoltre, i partecipanti potranno concorrere all'estrazione di **300 Macchine del Caffè Espresso Smeg**.

Diego Toscani, Amministratore Delegato di Promotica, ha dichiarato:

"Siamo entusiasti di avviare questa prima campagna con Esselunga, un marchio innovativo e in continua crescita. Il nostro obiettivo è offrire valore ai clienti con prodotti di alta qualità, e la partnership con Smeg rappresenta perfettamente questa filosofia. Siamo certi che questa iniziativa porterà grande soddisfazione sia a Esselunga che ai suoi clienti."



PROMOTICA: AL VIA LA PRIMA CAMPAGNA CON ESSELUNGA

La campagna prevede una raccolta punti con in palio i prodotti della linea 50'S Style di Smeg

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 quotata su Euronext Growth Milan – comunica di aver avviato la prima collaborazione con Esselunga, tra le realtà leader nel settore della grande distribuzione. La campagna, con scadenza il 12 marzo 2025, consente di collezionare i prodotti iconici di Smeg.

Esselunga è una delle principali realtà italiane nel settore della grande distribuzione che opera attraverso una rete di oltre 190 negozi tra superstore, supermarket e il nuovo format laEsse, in Lombardia, Toscana, Emilia-Romagna, Piemonte, Veneto, Liguria e Lazio. La storia di Esselunga inizia nel 1957 con l'apertura a Milano del primo supermercato in Italia. Oggi il gruppo si avvale di oltre 28.000 persone, ha un fatturato di € 9,3 miliardi e conta 5,5 milioni di clienti fidelizzati.

La raccolta punti consente di ottenere i prodotti per la colazione della linea 50'S Style di Smeg, un momento fondamentale per l'inizio di ogni giornata. In particolare, è il frullatore multifunzione, il bollitore elettrico, lo spremiagrumi e il tostapane 2 fette con pinze incluse. Infine, il concorso consente di partecipare all'estrazione di n. 300 Macchine del Caffè Espresso Smeg.

Diego Toscani, Amministratore Delegato di Promotica, ha commentato: *“Siamo molto soddisfatti di questa prima campagna realizzata per il gruppo Esselunga, una realtà innovativa e capace di attrarre importanti quote di clientela. Il nostro impegno quotidiano è di offrire un servizio utile al cliente e prodotti di altissima qualità. Sulla linea di questi nostri punti di riferimento siamo molto felici di poter proporre alcuni prodotti Smeg, un marchio che è sinonimo di grande qualità e design. Il nostro anno inizia con una campagna che sicuramente darà grande soddisfazione al nostro cliente e anche a noi”*.

INDUSTRIA. LOMBARDIA. PROMOTICA AVVIA LA PRIMA COLLABORAZIONE CON ESSELUNGA - Tilancio



(Ti Lancio dalla Lombardia) Desenzano del Garda (BS) 6 febbraio 2024 – 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 collaborazione con Esselunga**, tra le realtà leader nel settore della grande distribuzione. La campagna, con scadenza il 12 marzo 2025, consente di collezionare i prodotti iconici di Smeg.

Siamo molto soddisfatti di questa prima campagna realizzata per il gruppo Esselunga, una realtà innovativa e capace di attrarre importanti quote di clientela – ha detto l'**AD Diego Toscani** – Il nostro impegno quotidiano è di offrire un servizio utile al cliente e prodotti di altissima qualità. Sulla linea di questi nostri punti di riferimento siamo molto felici di poter proporre alcuni prodotti Smeg, un marchio che è sinonimo di grande qualità e design. Il **nostro anno inizia con una campagna che sicuramente darà grande soddisfazione** al nostro cliente e anche a noi”.



Promotica: al via la prima campagna con Esselunga



La campagna Promotica e Esselunga prevede una raccolta punti con in palio i prodotti della linea 50'S Style di Smeg.

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 quotata su Euronext Growth Milan – **comunica di aver avviato la prima collaborazione con Esselunga**, realtà nel settore della grande distribuzione. La campagna, con scadenza il 12 marzo 2025, consente di **collezionare i prodotti iconici di Smeg**.

Esselunga è una delle principali realtà italiane nel settore della grande distribuzione che opera attraverso una rete di oltre 190 negozi tra superstore, supermarket e il nuovo format laEsse, in Lombardia, Toscana, Emilia-Romagna, Piemonte, Veneto, Liguria e Lazio. La storia di Esselunga inizia nel 1957 con l'apertura a Milano del primo supermercato in Italia. Oggi il gruppo si avvale di oltre 28.000 persone, ha un fatturato di € 9,3 miliardi e conta 5,5 milioni di clienti fidelizzati.

La raccolta punti consente di ottenere i prodotti per la colazione della linea 50'S Style di Smeg, un momento fondamentale per l'inizio di ogni giornata. In particolare, è il frullatore multifunzione, il bollitore elettrico, lo spremiagrumi e il tostapane 2 fette con pinze incluse. Infine, il concorso consente di partecipare all'estrazione di n. 300 Macchine del Caffè Espresso Smeg.

Diego Toscani, Amministratore Delegato di Promotica, ha commentato:

“siamo molto soddisfatti di questa prima campagna realizzata per il gruppo Esselunga, una realtà innovativa e capace di attrarre importanti quote di clientela. Il nostro impegno quotidiano è di offrire un servizio utile al cliente e prodotti di altissima qualità. Sulla linea di questi nostri punti di riferimento siamo molto felici di poter proporre alcuni prodotti Smeg, un marchio che è sinonimo di grande qualità e design. Il nostro anno inizia con una campagna che sicuramente darà grande soddisfazione al nostro cliente e anche a noi”.



Promotica: parte la campagna con Esselunga



Promotica S.p.A. ha avviato la prima collaborazione con **Esselunga**. La campagna, con scadenza il **12 marzo 2025**, consente di collezionare i prodotti iconici di **Smeg**.

La raccolta punti permette di collezionare i prodotti per la colazione della linea 50'S Style di Smeg. In particolare, il frullatore multifunzione, il bollitore elettrico, lo spremiagrumi e il tostapane 2 fette con pinze incluse. Infine, il concorso consente di partecipare all'estrazione di n. 300 Macchine del Caffè Espresso Smeg.

Diego Toscani, Amministratore Delegato di Promotica, ha commentato: «Siamo molto soddisfatti di questa prima campagna realizzata per il gruppo Esselunga, una realtà innovativa e capace di attrarre importanti quote di clientela. Il nostro impegno quotidiano è di offrire un servizio utile al cliente e prodotti di altissima qualità. Sulla linea di questi nostri punti di riferimento siamo molto felici di poter proporre alcuni prodotti Smeg, un marchio che è sinonimo di grande qualità e design. Il nostro anno inizia con una campagna che sicuramente darà grande soddisfazione al nostro cliente e anche a noi».



Esselunga sceglie Promotica per la nuova campagna di brand loyalty



La raccolta punti permette di ottenere i prodotti per la colazione della linea 50'S Style di Smeg

Esselunga, tra le principali realtà nel settore della grande distribuzione, **ha scelto Promotica** – agenzia loyalty specializzata nell'offerta di soluzioni marketing atte ad aumentare le vendite, la fidelizzazione e la brand advocacy – per la **realizzazione di una campagna**, con scadenza il 12 marzo 2025, che consente di **collezionare i prodotti iconici di Smeg**.

La **raccolta punti** permette di ottenere i **prodotti per la colazione della linea 50'S Style di Smeg**, un momento fondamentale per l'inizio di ogni giornata. In particolare, i premi prevedono il frullatore multifunzione, il bollitore elettrico, lo spremiagrumi e il tostapane 2 fette con pinze incluse. Infine, il concorso consente di partecipare all'estrazione di **300 Macchine del Caffè Espresso Smeg**.

*“Siamo molto soddisfatti di questa prima campagna realizzata per il gruppo Esselunga –commenta **Diego Toscani, amministratore delegato di Promotica** – una realtà innovativa e capace di attrarre importanti quote di clientela. Il nostro impegno quotidiano è di offrire un servizio utile al cliente e prodotti di altissima qualità. Sulla linea di questi nostri punti di riferimento siamo molto felici di poter proporre alcuni prodotti Smeg, un marchio che è sinonimo di grande qualità e design. Il nostro anno inizia con una campagna che sicuramente darà grande soddisfazione al nostro cliente e anche a noi”.*