



07 Aprile 2025

Indice

Promotica	3
Promotica avvia nuova campagna in Polonia Giornale di Brescia - 04/04/2025	3
Promotica: lancia nuova campagna di fidelizzazione in Polonia MF Newswires - 03/04/2025	4
Promotica - Lancia nuova campagna di fidelizzazione in Polonia nei supermercati Stokrotka marketinsight.it - 04/04/2025	5
Desenzano, nuova campagna di Promotica in Polonia Quibrescia.it - 04/04/2025	6
Desenzano, nuova campagna di Promotica in Polonia pointofnews.it - 04/04/2025	7
Desenzano, nuova campagna di Promotica in Polonia cologne.it- 04/04/2025	8
PROMOTICA LANCIA UNA NUOVA CAMPAGNA DI FIDELIZZAZIONE IN POLONIA NEI SUPERMERCATI STOKROTKA mediakey.it - 04/04/2025	9
Comunicazione Promotica firma nuova campagna di fidelizzazione nei supermercati Stokrotka in Polonia Daily Media - 07/04/2025	11
Promotica lancia una nuova campagna di fidelizzazione in Polonia nei supermercati Stokrotka rassegnabusiness.news - 09/04/2025	12



Promotica avvia nuova campagna in Polonia

La commessa

DESENZANO. Promotica ha avviato una nuova campagna di loyalty marketing in Polonia, per la catena di supermercati Stokrotka, lanciando una collezione esclusiva di porcellane italiane. 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.

Dopo il successo della campagna dello scorso anno con Stokrotka, questa nuova collaborazione conferma il forte interesse del mercato polacco per progetti loyalty di alto livello. Promotica, già presente in Asia e in Europa dell'Est, ha recentemente intensificato il proprio impegno in mercati chiave come Romania, Ungheria, Croazia, Slovenia e Albania e la decisione di investire ulteriormente in Polonia testimonia il potenziale di crescita del settore e la capacità dell'azienda di adattare le proprie strategie alle esigenze dei consumatori locali. «La Polonia e l'intera regione dell'Europa centrale e orientale sono mercati chiave per la crescita strategica e operativa di Promotica - ha ammesso l'a.d. di Promotica, Diego Toscani -. Per questo stiamo investendo molto in nuovi progetti e stiamo già pianificando ulteriori iniziative». //

03 aprile 2025

Promotica: lancia nuova campagna di fidelizzazione in Polonia

MILANO (MF-NW)--Promotica, agenzia loyalty quotata su Egm, ha avviato una nuova campagna di loyalty marketing in Polonia, presso la catena di supermercati Stokrotka, lanciando una nuova collezione esclusiva di porcellane italiane. Lo si apprende da una nota.

L'avvio di questa nuova campagna di fidelizzazione rappresenta un ulteriore passo avanti nella strategia di espansione internazionale di Promotica. Dopo il successo della campagna dello scorso anno con Stokrotka, questa nuova collaborazione conferma il forte interesse del mercato polacco per progetti loyalty di alto livello.

La collezione, denominata "Gallery: Una collezione, infinite possibilità" e creata dal marchio EasyLife - parte del gruppo Pozzi Mi. - offre ai clienti l'opportunità di arricchire la propria tavola con stoviglie dal design raffinato e di alta qualità, realizzate interamente in Italia.



Promotica – Lancia nuova campagna di fidelizzazione in Polonia nei supermercati Stokrotka

Promotica comunica di aver avviato una nuova campagna di loyalty marketing in Polonia, presso la catena di supermercati Stokrotka, lanciando una nuova collezione esclusiva di porcellane italiane. 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.

L'avvio di questa nuova campagna di fidelizzazione rappresenta un ulteriore passo avanti nella strategia di espansione internazionale di Promotica.

La collezione offre ai clienti l'opportunità di arricchire la propria tavola con stoviglie dal design raffinato e di alta qualità, realizzate interamente in Italia. In particolare, la campagna durerà fino al 30 luglio 2025 e gli acquirenti di Stokrotka possono raccogliere bollini che permettono di acquistare articoli della collezione Gallery ad un prezzo scontato.



Desenzano, nuova campagna di Promotica in Polonia

Nuova campagna di loyalty marketing presso la catena di supermercati Stokrotka, con una collezione esclusiva di porcellane italiane.

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 – ha comunicato di aver avviato una **nuova campagna di loyalty marketing in Polonia, presso la catena di supermercati Stokrotka**, lanciando una nuova collezione esclusiva di porcellane italiane.

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.

L'avvio di questa nuova campagna di fidelizzazione rappresenta un ulteriore passo avanti nella strategia di espansione internazionale di Promotica. Dopo il successo della campagna dello scorso anno con Stokrotka, questa nuova collaborazione conferma il forte interesse del mercato polacco per progetti loyalty di alto livello. **Promotica, già presente in Asia e in Europa dell'Est, ha recentemente intensificato il proprio impegno in mercati chiave come Romania, Ungheria, Croazia, Slovenia e Albania** e la decisione di investire ulteriormente in Polonia testimonia il potenziale di crescita del settore e la capacità dell'azienda di adattare le proprie strategie alle esigenze dei consumatori locali.

La collezione, denominata "Gallery: Una collezione, infinite possibilità" e creata dal marchio EasyLife – parte del Gruppo Pozzi Milano – offre ai clienti l'opportunità di arricchire la propria tavola con stoviglie dal design raffinato e di alta qualità, realizzate interamente in Italia. In particolare, la campagna durerà fino al 30 luglio 2025 e gli acquirenti di Stokrotka possono raccogliere bollini che permettono di acquistare articoli della collezione Gallery ad un prezzo scontato.

«Siamo entusiasti di continuare la nostra collaborazione con Stokrotka – ha detto Diego Toscani, Amministratore Delegato di Promotica.– È una partnership basata sulla fiducia, sulla comprensione reciproca e su una visione condivisa per creare relazioni durature con i clienti. Siamo orgogliosi di sviluppare campagne che coinvolgono realmente i consumatori e portano un valore concreto ai nostri brand, certi che questa campagna sarà altrettanto vincente quanto la precedente. Il successo delle nostre campagne congiunte con Stokrotka conferma che stiamo andando nella giusta direzione. La Polonia e l'intera regione dell'Europa centrale e orientale sono mercati chiave per la crescita strategica e operativa di Promotica. Per questo stiamo investendo molto in nuovi progetti e stiamo già pianificando ulteriori iniziative».

Desenzano, nuova campagna di Promotica in Polonia

Nuova campagna di loyalty marketing presso la catena di supermercati Stokrotka, con una collezione esclusiva di porcellane italiane.

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 – ha comunicato di aver avviato una **nuova campagna di loyalty marketing in Polonia, presso la catena di supermercati Stokrotka**, lanciando una nuova collezione esclusiva di porcellane italiane.

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.

L'avvio di questa nuova campagna di fidelizzazione rappresenta un ulteriore passo avanti nella strategia di espansione internazionale di Promotica. Dopo il successo della campagna dello scorso anno con Stokrotka, questa nuova collaborazione conferma il forte interesse del mercato polacco per progetti loyalty di alto livello. **Promotica, già presente in Asia e in Europa dell'Est, ha recentemente intensificato il proprio impegno in mercati chiave come Romania, Ungheria, Croazia, Slovenia e Albania** e la decisione di investire ulteriormente in Polonia testimonia il potenziale di crescita del settore e la capacità dell'azienda di adattare le proprie strategie alle esigenze dei consumatori locali.

La collezione, denominata "Gallery: Una collezione, infinite possibilità" e creata dal marchio EasyLife – parte del Gruppo Pozzi Milano – offre ai clienti l'opportunità di arricchire la propria tavola con stoviglie dal design raffinato e di alta qualità, realizzate interamente in Italia. In particolare, la campagna durerà fino al 30 luglio 2025 e gli acquirenti di Stokrotka possono raccogliere bollini che permettono di acquistare articoli della collezione Gallery ad un prezzo scontato.

«Siamo entusiasti di continuare la nostra collaborazione con Stokrotka – ha detto Diego Toscani, Amministratore Delegato di Promotica. – È una partnership basata sulla fiducia, sulla comprensione reciproca e su una visione condivisa per creare relazioni durature con i clienti. Siamo orgogliosi di sviluppare campagne che coinvolgono realmente i consumatori e portano un valore concreto ai nostri brand, certi che questa campagna sarà altrettanto vincente quanto la precedente. Il successo delle nostre campagne congiunte con Stokrotka conferma che stiamo andando nella giusta direzione. La Polonia e l'intera regione dell'Europa centrale e orientale sono mercati chiave per la crescita strategica e operativa di Promotica. Per questo stiamo investendo molto in nuovi progetti e stiamo già pianificando ulteriori iniziative».

Desenzano, nuova campagna di Promotica in Polonia

Nuova campagna di loyalty marketing presso la catena di supermercati Stokrotka, con una collezione esclusiva di porcellane italiane.

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 – ha comunicato di aver avviato una **nuova campagna di loyalty marketing in Polonia, presso la catena di supermercati Stokrotka**, lanciando una nuova collezione esclusiva di porcellane italiane.

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.

L'avvio di questa nuova campagna di fidelizzazione rappresenta un ulteriore passo avanti nella strategia di espansione internazionale di Promotica. Dopo il successo della campagna dello scorso anno con Stokrotka, questa nuova collaborazione conferma il forte interesse del mercato polacco per progetti loyalty di alto livello. **Promotica, già presente in Asia e in Europa dell'Est, ha recentemente intensificato il proprio impegno in mercati chiave come Romania, Ungheria, Croazia, Slovenia e Albania** e la decisione di investire ulteriormente in Polonia testimonia il potenziale di crescita del settore e la capacità dell'azienda di adattare le proprie strategie alle esigenze dei consumatori locali.

La collezione, denominata "Gallery: Una collezione, infinite possibilità" e creata dal marchio EasyLife – parte del Gruppo Pozzi Milano – offre ai clienti l'opportunità di arricchire la propria tavola con stoviglie dal design raffinato e di alta qualità, realizzate interamente in Italia. In particolare, la campagna durerà fino al 30 luglio 2025 e gli acquirenti di Stokrotka possono raccogliere bollini che permettono di acquistare articoli della collezione Gallery ad un prezzo scontato.

«Siamo entusiasti di continuare la nostra collaborazione con Stokrotka – ha detto Diego Toscani, Amministratore Delegato di Promotica. – È una partnership basata sulla fiducia, sulla comprensione reciproca e su una visione condivisa per creare relazioni durature con i clienti. Siamo orgogliosi di sviluppare campagne che coinvolgono realmente i consumatori e portano un valore concreto ai nostri brand, certi che questa campagna sarà altrettanto vincente quanto la precedente. Il successo delle nostre campagne congiunte con Stokrotka conferma che stiamo andando nella giusta direzione. La Polonia e l'intera regione dell'Europa centrale e orientale sono mercati chiave per la crescita strategica e operativa di Promotica. Per questo stiamo investendo molto in nuovi progetti e stiamo già pianificando ulteriori iniziative».

mediakey.it

PROMOTICA LANCIA UNA NUOVA CAMPAGNA DI FIDELIZZAZIONE IN POLONIA NEI SUPERMERCATI STOKROTKA



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 una nuova campagna di loyalty marketing in Polonia, presso la catena di supermercati Stokrotka, lanciando una nuova collezione esclusiva di porcellane italiane.

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.

L'avvio di questa nuova campagna di fidelizzazione rappresenta un ulteriore passo avanti nella strategia di espansione internazionale di Promotica. Dopo il successo della campagna dello scorso anno con Stokrotka, questa nuova collaborazione conferma il forte interesse del mercato polacco per progetti loyalty di alto livello. Promotica, già presente in Asia e in Europa dell'Est, ha recentemente intensificato il proprio impegno in mercati chiave come Romania, Ungheria, Croazia, Slovenia e Albania e la decisione di investire ulteriormente in Polonia testimonia il potenziale di crescita del settore e la capacità dell'azienda di adattare le proprie strategie alle esigenze dei consumatori locali.



La collezione, denominata “Gallery: Una collezione, infinite possibilità” e creata dal marchio EasyLife – parte del Gruppo Pozzi Milano – offre ai clienti l’opportunità di arricchire la propria tavola con stoviglie dal design raffinato e di alta qualità, realizzate interamente in Italia. In particolare, la campagna durerà fino al 30 luglio 2025 e gli acquirenti di Stokrotka possono raccogliere bollini che permettono di acquistare articoli della collezione Gallery ad un prezzo scontato.

Diego Toscani, Amministratore Delegato di Promotica, ha così commentato: *“Siamo entusiasti di continuare la nostra collaborazione con Stokrotka. È una partnership basata sulla fiducia, sulla comprensione reciproca e su una visione condivisa per creare relazioni durature con i clienti. Siamo orgogliosi di sviluppare campagne che coinvolgono realmente i consumatori e portano un valore concreto ai nostri brand, certi che questa campagna sarà altrettanto vincente quanto la precedente. Il successo delle nostre campagne congiunte con Stokrotka conferma che stiamo andando nella giusta direzione. La Polonia e l’intera regione dell’Europa centrale e orientale sono mercati chiave per la crescita strategica e operativa di Promotica. Per questo stiamo investendo molto in nuovi progetti e stiamo già pianificando ulteriori iniziative”*.



7 aprile 2025

Comunicazione Promotica firma nuova campagna di fidelizzazione nei supermercati Stokrotka in Polonia

Questa nuova collaborazione segna un ulteriore passo avanti nella strategia di espansione internazionale dell'agenzia

Promotica ha avviato una nuova campagna di loyalty marketing in Polonia, presso la catena di supermercati Stokrotka, lanciando una nuova collezione esclusiva di porcellane italiane. 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. L'avvio di questa nuova campagna di fidelizzazione rappresenta un ulteriore passo avanti nella strategia di espansione internazionale di Promotica. Dopo il successo della campagna dello scorso anno con Stokrotka, questa nuova collaborazione conferma il forte interesse del mercato polacco per progetti loyalty di alto livello. Promotica, già presente in Asia e in Europa dell'Est, ha recentemente intensificato il proprio impegno in mercati chiave

come Romania, Ungheria, Croazia, Slovenia e Albania e la decisione di investire ulteriormente in Polonia testimonia il potenziale di crescita del settore e la capacità dell'azienda di adattare le proprie strategie alle esigenze dei consumatori locali. La collezione, denominata "Gallery: Una collezione, infinite possibilità", è creata dal marchio EasyLife, parte del Gruppo Pozzi Milano, offre ai clienti l'opportunità di arricchire la propria tavola con stoviglie dal design raffinato e di alta qualità, realizzate interamente in Italia.

Il commento

Diego Toscani, Amministratore Delegato di Promotica, ha dichiarato: "Il successo delle nostre campagne congiunte con Stokrotka conferma che stiamo andando nella giusta direzione. La Polonia e l'intera regione

dell'Europa centrale e orientale sono mercati chiave per la crescita strategica e operativa di Promotica. Per questo stiamo investendo molto in nuovi progetti e stiamo già pianificando ulteriori iniziative".



Diego Toscani



Promotica lancia una nuova campagna di fidelizzazione in Polonia nei supermercati Stokrotka

Promotica S.p.A. ha avviato una nuova campagna di loyalty marketing in Polonia, presso la catena di supermercati 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 una **nuova campagna di loyalty marketing in Polonia**, presso la catena di supermercati **Stokrotka**, lanciando una nuova collezione esclusiva di porcellane italiane.

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

L'avvio di questa nuova campagna di fidelizzazione rappresenta un ulteriore passo avanti nella strategia di espansione internazionale di Promotica. Dopo il successo della campagna dello scorso anno con Stokrotka, questa nuova collaborazione conferma il forte interesse del mercato polacco per progetti loyalty di alto livello. Promotica, già presente in Asia e in Europa dell'Est, ha recentemente intensificato il proprio impegno in mercati chiave come Romania, Ungheria, Croazia, Slovenia e Albania e la decisione di investire ulteriormente in Polonia testimonia il potenziale di crescita del settore e la capacità dell'azienda di adattare le proprie strategie alle esigenze dei consumatori locali.

La collezione, denominata "Gallery: Una collezione, infinite possibilità" e creata dal marchio EasyLife – parte del Gruppo Pozzi Milano – offre ai clienti l'opportunità di arricchire la propria tavola con stoviglie dal design raffinato e di alta qualità, realizzate interamente in Italia. In particolare, la campagna durerà fino al 30 luglio 2025 e gli acquirenti di Stokrotka possono raccogliere bollini che permettono di acquistare articoli della collezione Gallery ad un prezzo scontato.

Diego Toscani, Amministratore Delegato di Promotica, ha commentato:

"Siamo entusiasti di continuare la nostra collaborazione con Stokrotka. È una partnership basata sulla fiducia, sulla comprensione reciproca e su una visione condivisa per creare relazioni durature con i clienti. Siamo orgogliosi di sviluppare campagne che coinvolgono realmente i consumatori e portano un valore concreto ai nostri brand, certi che questa campagna sarà altrettanto vincente quanto la precedente. Il successo delle nostre campagne congiunte con Stokrotka conferma che stiamo andando nella giusta direzione. La Polonia e l'intera regione dell'Europa centrale e orientale sono mercati chiave per la crescita strategica e operativa di Promotica. Per questo stiamo investendo molto in nuovi progetti e stiamo già pianificando ulteriori iniziative".