



02 Settembre 2024

Indice

Promotica	3
Pillole: Promotica MF (ITA) - 29/08/2024	3
Promotica firma la nuova campagna per Profi Bresciaoggi - 28/08/2024	4
Promotica in Romania per la catena gdo Profi Giornale di Brescia - 28/08/2024	5
Promotica: avviata nuova campagna fidelizzazione in Romania in negozi Profi MF NEWSWIRE (IT) - 28/08/2024	6
From Desenzano to Romania, Promotica's new super-partner Quibrescia.it - 28/08/2024	7
Da Desenzano alla Romania, ecco il nuovo super-partner di Promotica Quibrescia.it - 28/08/2024	8
Nuova campagna di comunicazione per Profi gdoweb.it - 28/08/2024	9
EGM (-0,1%) - Tra le migliori ILBE (+6,4%) marketinsight.it - 29/08/2024	10
Promotica - Avvia nuova campagna di fidelizzazione in Romania nei punti vendita Profi marketinsight.it - 28/08/2024	11
Promotica avvia una campagna di fidelizzazione in Romania nei punti vendita Profi italia-informa.com - 28/08/2024	12
Promotica: avviata una nuova campagna di fidelizzazione in Romania nei negozi Profi rassegnabusiness.news - 29/08/2024	13
Promozioni, boom degli esperti Sbarco in Romania con i gatti Il Giorno - 31/08/2024	14

Pillole: Promotica

PROMOTICA

■ *L'agenzia marketing ha avviato una nuova campagna di fidelizzazione in Romania per i negozi Profi, il principale retailer del paese con oltre 1.730 punti vendita e 28 mila dipendenti.*



La quotata / 1

Promotica firma la nuova campagna per Profi

• La spa di Desenzano lancia l'iniziativa di fidelizzazione della realtà leader nel Paese dell'Est

DESENZANO Promotica si allarga in Est Europa. La spa con sede a Desenzano del Garda, agenzia loyalty specializzata nella realizzazione di soluzioni marketing quotata in Borsa, ha dato il via a una nuova campagna di fidelizzazione in Romania a favore dei punti vendita Profi, realtà leader del Paese, con 28.000 dipendenti in oltre 1.730 negozi di proprietà e partner in più di 860 località urbane e rurali.

La campagna «Pisici versus Catei» permette di collezionare 24 adesivi in vinile raffiguranti cani e gatti in diversi ruoli e occupazioni e durerà fino al 30 ottobre. «Questa iniziativa dimostra la nostra creatività e la costante ricerca di innovazione», sottolinea l'amministratore delegato di Promotica, Diego Toscani.



Promotica in Romania per la catena gdo Profi

La commessa

DESENZANO DEL GARDA. Promotica, agenzia di loyalty specializzata nella realizzazione di soluzioni marketing per aumentare le vendite e la fidelizzazione dei clienti ha avviato una nuova campagna di fidelizzazione in Romania a favore dei punti vendita Profi, realtà leader del Paese, con 28.000 dipendenti in oltre 1.730 negozi di proprietà e partner in più di 860 località urbane e rurali.

La campagna, denominata «Pisici versus Catei» avrà durata fino al 30 ottobre. Durante que-

sto periodo, gli acquirenti potranno collezionare 24 fantastici adesivi in vinile raffiguranti cani e gatti in diversi ruoli e occupazioni. Le figurine in vinile possono essere collezionate e conservate in un fantastico album, disponibile nei negozi Profi per la vendita. Inoltre, gli acquirenti possono raccogliere punti per riscattare fantastici peluche con 4 cani e 4 gatti, in 2 misure. Per l'ad Diego Toscani: «Gli animali domestici sono un argomento emotivo e coinvolgente per milioni di persone nel mondo. Per questo motivo ci è venuta l'idea di questa fantastica collezione, basata sull'eterna rivalità e amicizia tra cani e gatti». //



Promotica: avviata nuova campagna fidelizzazione in Romania in negozi Profi

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 una nuova campagna di fidelizzazione in Romania a favore dei punti vendita Profi, realtà leader del Paese, con 28.000 dipendenti in oltre 1.730 negozi di proprietà e partner in più di 860 località urbane e rurali.

La campagna, denominata "Pisici versus Catei" avrà durata fino al 30 ottobre. Durante questo periodo, informa una nota, gli acquirenti potranno collezionare 24 adesivi in vinile raffiguranti cani e gatti in diversi ruoli e occupazioni: robot, intellettuali, pickaboos, giocatori, maghi, funky, pattinatori, fantasy, astronauti, combattenti, atleti e supereroi. Le figurine in vinile possono essere collezionate e conservate in un album, disponibile nei negozi Profi per la vendita. Inoltre, gli acquirenti possono raccogliere punti per riscattare peluche con 4 cani e 4 gatti, in 2 misure.



From Desenzano to Romania, Promotica's new super-partner



Desenzano del Garda. Desenzano-based marketing agency Promotica Spa announced that it has launched a new loyalty campaign in Romania for Profi shops, a supermarket chain with over 1730 shops and 28 thousand workers. It is the largest private employer in the country.

The advertising campaign that has been packaged is called Pisici versus Gatei: until 30 October, customers can collect 24 vinyl stickers depicting cats and dogs in different roles and occupations.

'They are characters that bring joy, new reasons for tenderness,' commented Prodi CEO Gaetan Pacton. Diego Toscani, his counterpart at Promotica, explains: 'Pets are a highly emotional and engaging subject. More than 45 per cent of Romanian households own a dog and 48 per cent at least two cats, so there is no doubt that the topic is relevant to the majority of the population'.



Da Desenzano alla Romania, ecco il nuovo super-partner di Promotica



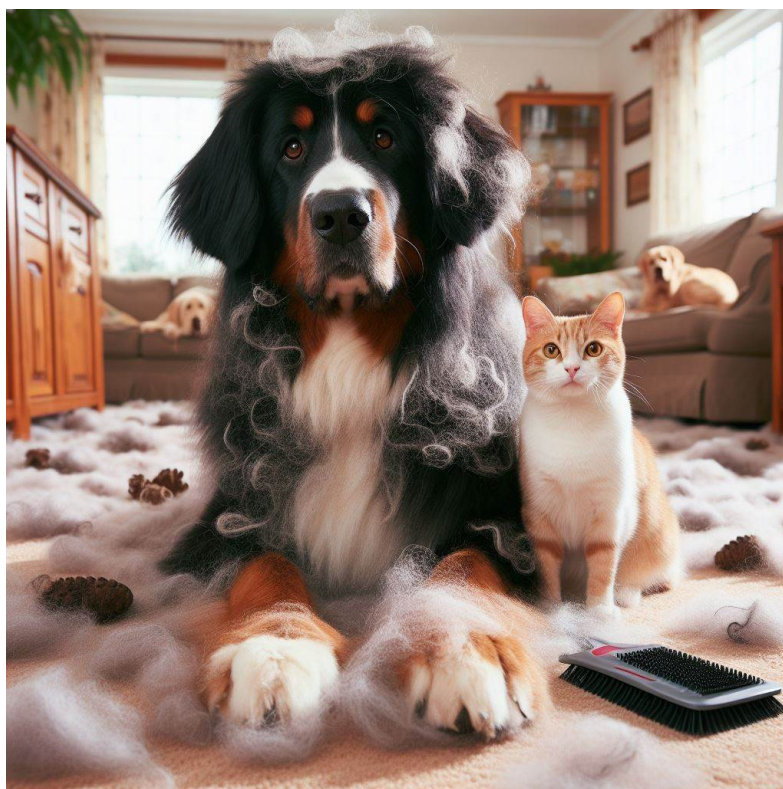
E' la catena di supermercati Profi, il più grande datore di lavoro privato di tutto il Paese. Ha incaricato l'azienda di sviluppare una nuova campagna marketing.

Desenzano del Garda. L'agenzia desenzanese di marketing Promotica Spa ha annunciato di aver avviato una nuova campagna di fidelizzazione in Romania a favore dei **punti vendita Profi**, una catena di supermercati con oltre 1730 negozi e 28mila tra lavoratrici e lavoratori. **E' il più grande datore di lavoro privato del Paese.** La campagna pubblicitaria che è stata confezionata si chiama **Pisici versus Gatei**: fino al 30 ottobre la clientela potrà collezionare 24 adesivi in vinile raffiguranti cani e gatti in diversi ruoli e occupazioni.

"Sono personaggi che portano gioia, nuovi motivi di tenerezza", ha commentato l'amministratore delegato di Prodi Gaetan Pacton. Diego Toscani, il suo omologo di Promotica, spiega: "gli animali domestici sono un argomento altamente emotivo e coinvolgente. **Più del 45% delle famiglie rumene possiede un cane e il 48% almeno due gatti**, quindi non c'è dubbio che l'argomento sia rilevante per la maggior parte della popolazione".



Nuova campagna di comunicazione per Profi



Promotica ha messo a punto una serie di collezionabili per la catena della gdo romena. Una collezione di 24 adesivi in vinile raffiguranti cani e gatti in diversi ruoli e occupazioni: robot, intellettuali, pickaboos, giocatori, maghi, funky, pattinatori, fantasy, astronauti, combattenti, atleti e supereroi. È il cuore dell'iniziativa di comunicazione realizzata da **Promotica** (agenzia di loyalty specializzata nella realizzazione di soluzioni marketing) per conto di **Profi**, catena di supermarket e minimarket, nonché il più grande datore di lavoro privato del Paese con 28 mila dipendenti, che opera attraverso diversi format.

La campagna, denominata "Pisici versus Catei" e in corso fino al 30 ottobre, consentirà di collezionare adesivi in vinile, da conservare in un album disponibile presso gli stessi negozi Profi. Inoltre, gli acquirenti possono raccogliere punti per riscattare peluche con quattro cani e altrettanti gatti, in due misure.

"Gli animali domestici sono un argomento altamente emotivo e coinvolgente per milioni di persone in tutto il mondo – spiega **Diego Toscani, amministratore delegato di Promotica** -. Oltre il 45% delle famiglie rumene possiede un cane e il 48% almeno due gatti, quindi non c'è dubbio che l'argomento sia rilevante per la maggior parte dei rumeni. Questa campagna segna anche un altro importante passo nello sviluppo di Promotica, dimostrando il nostro impegno ma anche la creatività e la costante ricerca di innovazione per emozionare gli acquirenti e coinvolgerli ancora di più".



EGM (-0,1%) – Tra le migliori ILBE (+6,4%)



Ieri il Ftse Italia Growth ha registrato un -0,1% rispetto al -0,2% dell'Euronext Growth All Share e al -1% del London Ftse Aim All Share.

Gli eurolistini hanno chiuso perlopiù sopra la parità, mentre Wall Street procede in ribasso dopo le prime ore di contrattazioni in attesa dei conti di Nvidia. Gli investitori restano al contempo intenti a valutare l'outlook sui tagli ai tassi d'interessi da parte della Fed: nuove indicazioni sono attese dall'agenda macroeconomica, con lo sguardo rivolto in particolare alla seconda lettura sul Pil Usa del 2Q24, ai dati settimanali sulle richieste di disoccupazione e ai dati di luglio sul deflatore PCE. Sull'obbligazionario, lo spread Btp-Bund è salito a 142 punti, con il rendimento del decennale italiano al 3,65%.

Il volume dei titoli scambiati nell'ultima seduta si è attestato a 3,2 milioni di pezzi, superiore alla media delle 30 sedute precedenti pari a 2,9 milioni.

La migliore è stata Lemon Sistemi (+7,7%), seguita da ILBE (+6,4%), il cui CDA ha nominato per cooptazione il produttore televisivo e cinematografico Stephen Joel Brown alla carica di Consigliere di Amministrazione.

Chiude in coda Pozzi Milano (-9,3%).

Tra le notizie, Promotica ha avviato una nuova campagna di fidelizzazione in Romania a favore dei punti vendita Profi, realtà leader del Paese, con 28.000 dipendenti in oltre 1.730 negozi di proprietà e partner in più di 860 località urbane e rurali.

Gianni Adamoli, Amministratore Delegato di Execus, ha investito 23mila euro in azioni della compagnia.

Misitano & Stracuzzi ha reso noto che Intermonte SIM ha esercitato parzialmente l'opzione Greenshoe, concessa da Stracuzzi Holding, per complessive 507.000 azioni ordinarie della società. Con l'esercizio parziale dell'Opzione Greenshoe termina il periodo di stabilizzazione con effetto immediato.

L'Assemblea ordinaria di Defence Tech Holding è stata convocata per il 12 settembre 2024 per discutere e deliberare sulla nomina di tre amministratori a seguito di dimissioni e successiva cooptazione e sulla nomina del Presidente del Cda.



Promotica – Avvia nuova campagna di fidelizzazione in Romania nei punti vendita Profi



Promotica ha avviato una nuova campagna di fidelizzazione in Romania a favore dei punti vendita Profi, realtà leader del Paese, con 28.000 dipendenti in oltre 1.730 negozi di proprietà e partner in più di 860 località urbane e rurali.

La campagna, denominata “Pisici versus Catei” avrà durata fino al 30 ottobre. Durante questo periodo, gli acquirenti potranno collezionare 24 adesivi in vinile raffiguranti cani e gatti in diversi ruoli e occupazioni: robot, intellettuali, pickaboos, giocatori, maghi, funky, pattinatori, fantasy, astronauti, combattenti, atleti e supereroi. Le figurine in vinile possono essere collezionate e conservate in un album, disponibile nei negozi Profi per la vendita. Inoltre, gli acquirenti possono raccogliere punti per riscattare peluche con 4 cani e 4 gatti, in 2 misure.

Diego Toscani, AD di Promotica, aggiunge: “Gli animali domestici sono un argomento altamente emotivo e coinvolgente per milioni di persone in tutto il mondo. Secondo gli ultimi studi, oltre il 45% delle famiglie rumene possiede un cane e il 48% almeno due gatti, quindi non c'è dubbio che l'argomento sia rilevante per la maggior parte dei rumeni. Per questo motivo ci è venuta l'idea di questa fantastica collezione, basata sull'eterna rivalità e amicizia tra cani e gatti. Siamo sinceramente convinti che questa collezione entusiasmerà e coinvolgerà non solo i bambini, ma anche i loro genitori. Ci congratuliamo con Profi per questa campagna e siamo orgogliosi e felici di averci lavorato insieme. Questa campagna segna anche un altro importante passo nello sviluppo di Promotica, dimostrando il nostro impegno ma anche la creatività e la costante ricerca di innovazione per emozionare gli acquirenti e coinvolgerli ancora di più”.



Promotica avvia una campagna di fidelizzazione in Romania nei punti vendita Profi



In questo periodo, gli acquirenti potranno collezionare 24 adesivi in vinile raffiguranti cani e gatti in diversi ruoli e occupazioni: robot, intellettuali, pickaboos, giocatori, maghi, funky, pattinatori, fantasy, astronauti, combattenti, atleti e supereroi. Le figurine in vinile possono essere collezionate e conservate in un fantastico album, disponibile nei negozi Profi per la vendita. Inoltre, gli acquirenti possono raccogliere punti per riscattare fantastici peluche con 4 cani e 4 gatti, in 2 misure.

Gaetan Pacton, Amministratore Delegato di Profi, ha dichiarato: *“È arrivato il momento di presentarvi i gattini e i cuccioli di Frenemies, personaggi che portano gioia e nuovi motivi di tenerezza per tutti i clienti Profi. Simpatichi animaletti, gattini e cuccioli giocano e dormono spesso insieme. È un piacere osservarli e imparare da loro come superare le differenze e come accettarle”*.

Diego Toscani, Amministratore Delegato di Promotica (nella foto), ha commentato: *“Gli animali domestici sono un argomento altamente emotivo e coinvolgente per milioni di persone in tutto il mondo. Secondo gli ultimi studi, oltre il 45% delle famiglie rumene possiede un cane e il 48% almeno due gatti, quindi non c'è dubbio che l'argomento sia rilevante per la maggior parte dei rumeni. Per questo motivo ci è venuta l'idea di questa fantastica collezione, basata sull'eterna rivalità e amicizia tra cani e gatti. Siamo sinceramente convinti che questa collezione entusiasmerà e coinvolgerà non solo i bambini, ma anche i loro genitori. Ci congratuliamo con Profi per questa campagna e siamo orgogliosi e felici di averci lavorato insieme. Questa campagna segna anche un altro importante passo nello sviluppo di Promotica, dimostrando il nostro impegno ma anche la creatività e la costante ricerca di innovazione per emozionare gli acquirenti e coinvolgerli ancora di più”*.



Promotica: avviata una nuova campagna di fidelizzazione in Romania nei negozi Profi



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 fidelizzazione in Romania a favore dei punti vendita Profi, realtà leader del Paese, con 28.000 dipendenti in oltre 1.730 negozi di proprietà e partner in più di 860 località urbane e rurali.

La campagna, denominata **“Pisici versus Catei”** avrà durata fino al 30 ottobre 2024. Durante questo periodo, gli acquirenti potranno collezionare 24 fantastici adesivi in vinile raffiguranti cani e gatti in diversi ruoli e occupazioni: robot, intellettuali, pickaboos, giocatori, maghi, funky, pattinatori, fantasy, astronauti, combattenti, atleti e supereroi. Le figurine in vinile possono essere collezionate e conservate in un fantastico album, disponibile nei negozi Profi per la vendita. Inoltre, gli acquirenti possono raccogliere punti per riscattare fantastici peluche con 4 cani e 4 gatti, in 2 misure.

Gaetan Pacton, Amministratore Delegato di Profi, commenta:

“È arrivato il momento di presentarvi i gattini e i cuccioli di Frenemies, personaggi che portano gioia e nuovi motivi di tenerezza per tutti i clienti Profi. Simpatici animaletti, gattini e cuccioli giocano e dormono spesso insieme. È un piacere osservarli e imparare da loro come superare le differenze e come accettarle”.

Diego Toscani, Amministratore Delegato di Promotica, aggiunge:

“Gli animali domestici sono un argomento altamente emotivo e coinvolgente per milioni di persone in tutto il mondo. Secondo gli ultimi studi, oltre il 45% delle famiglie rumene possiede un cane e il 48% almeno due gatti, quindi non c'è dubbio che l'argomento sia rilevante per la maggior parte dei rumeni. Per questo motivo ci è venuta l'idea di questa fantastica collezione, basata sull'eterna rivalità e amicizia tra cani e gatti. Siamo sinceramente convinti che questa collezione entusiasmerà e coinvolgerà non solo i bambini, ma anche i loro genitori. Ci congratuliamo con Profi per questa campagna e siamo orgogliosi e felici di averci lavorato insieme. Questa campagna segna anche un altro importante passo nello sviluppo di Promotica, dimostrando il nostro impegno ma anche la creatività e la costante ricerca di innovazione per emozionare gli acquirenti e coinvolgerli ancora di più”.



Promozioni, boom degli esperti Sbarco in Romania con i gatti

Campagna all'estero per la società bresciana Promotica: 85 milioni di fatturato fra bollini e premi

di **Federica Pacella**

BRESCIA

Parla bresciano la campagna di fidelizzazione all'interno dei punti vendita Profi, realtà leader in Romania con 28mila dipendenti in oltre 1.730 negozi di proprietà e partner in più di 860 località urbane e rurali. L'agenzia loyalty di Desenzano del Garda specializzata nella realizzazione di soluzioni marketing per aumentare le vendite, la fidelizzazione e la brand advocacy (quotata su Euronext Growth Milan) ha avviato la nuova campagna di fidelizzazione "Pisici versus Catei", letteralmente "Gatti contro cani" che durerà fino al 30 ottobre.

Durante questo periodo, gli acquirenti potranno collezionare 24 adesivi in vinile raffiguranti cani e gatti in diversi ruoli e occupazioni (robot, intellettuali, pickaboos, giocatori, maghi, funky, pattinatori, fantasy, astronauti, combattenti, atleti e supereroi). Inoltre, gli acquirenti possono raccogliere punti per riscattare peluche con 4 cani e 4 gatti, in 2 misure. «Gli animali domestici – spiega Diego Toscani, amministratore delegato di Promotica – sono un argomento altamente emotivo e coinvolgente per milioni di persone in tutto il mondo. Secondo gli ultimi studi, oltre il 45% delle famiglie rumene possiede un cane e il 48% almeno due gatti, quindi non c'è dubbio che l'argomento sia rilevante per la maggior parte dei rumeni. Per questo motivo ci è venuta l'idea di questa fantastica collezione, basata sull'eterna rivalità e ami-

cizia tra cani e gatti. Siamo sinceramente convinti che questa collezione entusiasmerà e coinvolgerà non solo i bambini, ma anche i loro genitori. Questa campagna segna anche un altro importante passo nello sviluppo di Promotica, dimostrando il nostro impegno ma anche la creatività e la costante ricerca di innovazione per emozionare gli acquirenti e coinvolgerli ancora di più». Nel corso del 2023, la società bresciana ha gestito in totale 318 campagne promozionali, rispetto alle 272 campagne del 2022, per un valore medio di ciascuna operazione di promozione delle vendite di circa 182mila euro e per un totale di premi erogati pari a 13,2 milioni di pezzi. I clienti della

società bresciana sono aumentati da quota 129 nel 2022 a 169 e Promotica si è avvalsa di 150 fornitori, di cui 10 con contratto di esclusiva, che garantiscono i gadget e l'oggettistica necessaria alle campagne di lancio offerte a clienti italiani e stranieri. Il fatturato consolidato preliminare, per il 2023 ha ormai raggiunto la quota significativa di circa 85 milioni di euro (pur con una limatura rispetto ai livelli precedenti: 89,9 milioni al 31 dicembre 2022), mentre nel primo bimestre del 2024 la crescita è stata superiore al 230% su base annua. Segno che l'acquisizione di nuovi contratti ha prodotto un'espansione nei risultati dell'azienda.

© RIPRODUZIONE RISERVATA





**L'accordo con la catena
 Profi, con 1.730 negozi
 si basa sullo studio
 dell'amore dei clienti
 per gli animali domestici**



Diego Toscani è amministratore delegato dell'azienda bresciana Promotica, con sede a Desenzano