

Comunicato stampa

PROMOTICA PREMIATA AI PROMOTION AWARDS 2026 CON QUATTRO PROGETTI

I riconoscimenti valorizzano la capacità di Promotica di sviluppare campagne loyalty innovative ad alto coinvolgimento per i principali operatori del retail italiano

Desenzano del Garda (BS), 22 maggio 2026 – **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 che quattro campagne sono state premiate nell’ambito dei Promotion Awards 2026, riconoscimento dedicato ai migliori progetti italiani nel settore promozionale, loyalty e retail engagement.

Giunti alla ventesima edizione, i Promotion Awards rappresentano uno degli appuntamenti di riferimento in Italia per il marketing di relazione, i programmi di fidelizzazione e le attività di engagement, premiando le migliori best practice del settore attraverso il contributo di una giuria qualificata composta da professionisti ed esperti del mercato.

Nel dettaglio, la campagna realizzata per **Esselunga** “Anche le icone di stile preparano la colazione” Collezione 50’s Style di Smeg, ha ottenuto il premio nella categoria “Shopper Marketing & Brand Activation - Retail Food”. Il progetto ha trasformato la raccolta loyalty in un’esperienza aspirazionale legata al design e alla quotidianità, attraverso una collezione dedicata ai prodotti iconici della linea colazione Smeg. La motivazione della giuria: *“Una campagna che unisce l’iconicità del design Smeg a una gamification omnicanale che ha accelerato sensibilmente la conversione dei punti. Il tutto integrato perfettamente in store, con esposizione dei premi di grande impatto”*

Per **Coop Italia**, il progetto “Coop per la Scuola 2025-2026” ha vinto nella categoria “Community Program”, grazie a un’iniziativa che ha coinvolto famiglie, scuole e territorio in un percorso partecipativo orientato al supporto della didattica e delle comunità scolastiche. La motivazione della giuria: *“Pilastro storico di responsabilità sociale questa edizione ha introdotto una novità strategica: l’inserimento di una sezione dedicata al mondo del cinema, offrendo alle scuole strumenti per utilizzare il linguaggio audiovisivo come mezzo educativo”*

Sempre con **Coop Italia**, la campagna “Cibo e Clima: Il Cambiamento è Servito!” si è aggiudicata il premio nella categoria “Concorso - Retail Food”, distinguendosi per la capacità di unire engagement, sensibilizzazione e contenuti educativi per le scuole sui temi della sostenibilità e dell’impatto ambientale. Motivazione della giuria: *Inserito nel più ampio progetto “Coop per la scuola”, questo concorso si focalizza sul tema della crisi climatica e del suo legame con le scelte alimentari. La forza dell’iniziativa risiede anche nelle partnership di alto livello con Giffoni*

Infine, il progetto “La tavola a modo mio”, sviluppato per **UNICOMM (A&O, Emi, Emisfero Ipermercati, Famila, Famila Market, Madi)**, ha ricevuto il premio speciale “Best Reward”. Motivazione della Giuria: *La collezione firmata Bitossi Home è basata sul concetto della “Tavola Scomposta”, con l’obiettivo di offrire un premio di design accessibile che permette ai consumatori di mixare colori e stili in totale libertà, allontanandosi dalla rigidità dei set coordinati tradizionali*

La cerimonia di premiazione si è svolta il 13 maggio presso Officine del Volo di Milano, coinvolgendo oltre 200 manager, aziende, agenzie e professionisti del settore in una serata dedicata alle migliori campagne italiane di loyalty e customer engagement.

Diego Toscani, Amministratore Delegato di Promotica S.p.A., ha commentato: *“Ricevere quattro riconoscimenti in contesti e categorie differenti rappresenta un’importante conferma della qualità del lavoro sviluppato insieme ai clienti. Oggi le campagne loyalty devono essere capaci di creare coinvolgimento reale, valore per i brand e un’esperienza memorabile per il consumatore. Questi premi testimoniano la nostra capacità di costruire progetti integrati, innovativi e sempre più orientati all’engagement e alla relazione con il cliente finale”.*

Il presente comunicato stampa è disponibile nella sezione Media del sito www.promotica.it.

About Promotica

Promotica S.p.A. è una delle società leader in Italia nel settore loyalty, quotata dal 27 novembre 2020 sul mercato Euronext Growth Milan. La Società ha una lunga esperienza maturata nei settori Retail, Food, farmaceutico e servizi. Fondata nel 2003 da Diego Toscani, Promotica offre un servizio completo di consulenza per la pianificazione e lo sviluppo promozionale, gestendone ogni fase: progettazione delle operazioni promozionali, realizzazione della campagna di comunicazione, creazione di prodotti Made in Italy, approvvigionamento dei premi, servizi di logistica, monitoraggio dei dati ed infine misurazione dei risultati. Promotica ha chiuso il 2024 con un fatturato consolidato pari a € 96,0 milioni di euro ed un’EBITDA di € 6,0 milioni. Per ulteriori informazioni: www.promotica.it

Promotica S.p.A.
Via Monte Baldo 111
25015 Desenzano del Garda (BS)
www.promotica.it

Investor Relations Manager
Patrizia Sambinelli
Email: patrizia.sambinelli@promotica.it
Tel: + 39 030 9118022

Media Relations
CDR Communication SRL
Angelo Brunello
Email: angelo.brunello@cdr-communication.it

Investor Relations Advisor
CDR Communication SRL
Vincenza Colucci
Email: vincenza.colucci@cdr-communication.it
Tel. +39 335 69 09 547
Marika Martinciglio
Email: marika.martinciglio@cdr-communication.it
Tel. +39 388 75 45 208