

**Comunicato stampa****PROMOTICA SBARCA IN POLONIA****AVVIATA LA PRIMA CAMPAGNA DI FIDELIZZAZIONE NEI SUPERMERCATI STOKROTKA**

**Desenzano del Garda, 07 marzo 2024 – 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, in data odierna, la prima campagna di loyalty marketing in Polonia, presso la catena di supermercati Stokrotka.

L'avvio delle attività di Promotica in Polonia segna una tappa fondamentale nello sviluppo del Gruppo a livello internazionale e in particolare in Europa. Da molti anni Promotica, infatti, è presente in Asia (Hong Kong) e Europa dell'Est (Belgrado), ma è recente la decisione di costituire team di esperti internazionali di retail marketing presso alcuni Stati ritenuti ad alto potenziale di crescita per le campagne loyalty, tra cui Romania, Ungheria, Croazia, Slovenia, Albania e appunto Polonia. Questo accordo conferma la bontà delle decisioni prese e della capacità dell'azienda di rendere concrete le opportunità che via via si presentano.

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.

La campagna, denominata "Componi il tuo set italiano", presenta un'esclusiva collezione di stoviglie di Pozzi Milano e combina la funzionalità delle stoviglie di tutti i giorni con la passione per gli accessori eleganti e senza tempo, che si adattano a tutte le cucine e sale da pranzo. In particolare, la campagna durerà fino al 25 luglio 2024 e gli acquirenti di Stokrotka possono raccogliere punti bonus e riscattarli con stoviglie di alta qualità in porcellana del marchio italiano di lusso Pozzi Milano.

**Diego Toscani, Amministratore Delegato di Promotica**, ha così commentato: *“Siamo molto felici e orgogliosi di iniziare la nostra attività internazionale in Polonia, uno dei mercati food&grocery più importanti ma anche più difficili e competitivi d'Europa. Siamo convinti che la campagna "Componi il tuo set italiano" avrà successo e che gli acquirenti polacchi avranno una grande opportunità di familiarizzare ancora di più con il gusto e l'eleganza italiana. Siamo felici che i piatti Baraonda di Pozzi Milano saranno presenti in tante case polacche, al servizio degli acquirenti di Stokrotka per l'uso quotidiano e per le occasioni speciali. Questo tipo di campagne sono anche un ottimo modo per premiare la fedeltà degli acquirenti in modo significativo ed emozionale. Confidiamo che sia così anche per questa azione”*.

**Miroslaw Wawryszczuk, membro del Consiglio di Amministrazione e Direttore Vendite e Marketing di Stokrotka**, ha aggiunto: *“L'obiettivo di questa campagna di marketing è rafforzare il nostro posizionamento sul mercato, premiare i nostri acquirenti per la loro fedeltà e costruire Stokrotka come un marchio che si prende cura dei suoi clienti, rimanendo sempre vicino a loro e supportandoli nella loro vita quotidiana”*.

\*\*\*

Il presente comunicato stampa è disponibile presso la sede legale della Società e nella sezione Investitori del sito [www.promotica.it](http://www.promotica.it). Si rende altresì noto che, per la diffusione delle informazioni regolamentate, la Società si avvale del circuito 1INFO-SDIR gestito da Computershare S.p.A.

\*\*\*

### **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 vanta più di 1000 clienti attivi nel 2022, con la realizzazione di più di 500 campagne e circa 20 milioni di premi erogati. 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 2022 con un fatturato consolidato pari a € 89,8 milioni di euro ed un'EBITDA Adjusted di € 6,0 milioni. Per ulteriori informazioni: <https://www.promotica.it/>*

Promotica S.p.A.

Via Monte Baldo 111  
25015 Desenzano del Garda (BS)  
[www.promotica.it](http://www.promotica.it)

*Euronext Growth Advisor*

Integrae Sim S.p.A.  
Piazza Castello, 24, 20121 Milano  
Tel. +39 02 96 84 68 64

### *Investor Relations Manager*

Patrizia Sambinelli  
Email: [patrizia.sambinelli@promotica.it](mailto:patrizia.sambinelli@promotica.it)  
Tel: + 39 030 911 80 221

### *Investor Relations Advisor*

CDR Communication SRL  
Vincenza Colucci  
Email: [vincenza.colucci@cdr-communication.it](mailto:vincenza.colucci@cdr-communication.it)  
Tel. +39 335 69 09 547  
Marika Martinciglio  
Email: [marika.martinciglio@cdr-communication.it](mailto:marika.martinciglio@cdr-communication.it)  
Tel. +39 388 75 45 208

### *Media Relations*

CDR Communication SRL  
Angelo Brunello  
Email: [angelo.brunello@cdr-communication.it](mailto:angelo.brunello@cdr-communication.it)  
Tel. +39 329 21 17 752  
Lorenzo Morelli  
Email: [lorenzo.morelli@cdr-communication.it](mailto:lorenzo.morelli@cdr-communication.it)  
Tel. +39 347 76 40 744