

SPOT and WEB



Pubblicità

Arancia Rosaria festeggia i suoi 10 anni con Roncaglia & Wijkander

Questa notizia piace a 1098 lettori

25 gennaio 2016 primopiano



Dopo la campagna TV su Rai e Mediaset e cinema, con testimonial l'attrice siciliana Katia Greco, Roncaglia & Wijkander porta Rosaria sui principali quotidiani nazionali per festeggiare i 10 anni del marchio, con una campagna di cui ha curato sia la parte creativa che la pianificazione.



**SONO PASSATI DIECI ANNI E
CONTINUIAMO AD ARROSSIRE
COME LA PRIMA VOLTA
CHE CI SIAMO CONOSCIUTI.**



Arancia Rosaria festeggia dieci anni di bontà e leggerezza insieme alle famiglie italiane.

Arancia Rosaria, l'arancia rossa tutta siciliana è leggera, ricca di sali minerali e soprattutto è buona. Ideale non solo per chi fa sport ma anche per chi vuole seguire una alimentazione sana ed equilibrata. Arancia Rosaria è davvero di casa, quando si parla di salute.



Seguici su

Un compleanno importante che si celebra domani, 26 gennaio, a Milano con un evento organizzato dall'agenzia Fruitecom presso InKitchen Loft.

"Dieci anni sono un traguardo importante che ci riempie di orgoglio." sottolinea Armando Roncaglia, Presidente e fondatore del Gruppo Roncaglia. "Perché la Roncaglia & Wijkander ha



**GIOCA
SUBITO!**



Piramidi, faraoni e
il libro di Ra!

5000 twist gratis!



Iscrizione Newsletter

Iscriviti alla nostra newsletter per rimanere sempre informato

Email: *

accompagnato Rosaria in comunicazione in tutti questi anni dalla creazione del nome e logo al lancio delle confezioni monoprodotta, dalle telepromozioni durante il Festival di San Remo, alle campagne con testimoni eccellenti, simboli della Sicilia, come Pippo Baudo e Fiorello, contribuendo a trasformarlo in un vero e proprio Brand. Il coraggio con cui i fratelli Pannitteri hanno saputo raccogliere questa sfida dovrebbe diventare un modello per i produttori del settore ortofrutta per affrontare un mercato così dinamico come quello attuale dove il valore della marca è l'unica arma per affrontare le sfide della distribuzione moderna. Un traguardo da cui guardare le nuove evoluzioni della comunicazione, che la Roncaglia & Wijkander saprà cogliere grazie a quella capacità d'ingaggiare il futuro che è il tratto distintivo suo e di tutto il Gruppo."



← Il grande rugby è nell'aria, arriva su DMAX RBS 6 nazioni

Femminilità on the road per la nuova campagna stampa Sfizio →

iscriviti

Adv

Facebook

Spot and Web
6,862 likes

Like Page **10 ANNI**

Be the first of your friends to like this

Google Plus

SPOT & WEB

Spot&Web

Segui +1

+ 218

Twitter

Tweet di @SpotandWeb

Spot and Web
@SpotandWeb

I dati di fatturato rilevati dall'Osservatorio FCP-Assointernet per il periodo Gennaio-Aprile 2017
spotandweb.it/news/809181/da...

I dati di fatturato rile...
L'Osservatorio FCP-A...
spotandweb.it

Incorpora

Visualizza su Twitter



Utilizziamo i cookie per offrirti i migliori contenuti del nostro sito. Se continui la navigazione intendiamo che tu condivida questo utilizzo. [Informativa estesa](#)

[Accetta](#)