

Gruppo Roncaglia dà nuovo slancio all'Arancia Rosaria

22 Gennaio 2020



Il Gruppo Roncaglia ha realizzato la nuova campagna per Rosaria, arancia rossa di Sicilia. Creato dall'agenzia circa 15 anni fa, il brand Rosaria è divenuto riconoscibile ed affermato a livello nazionale grazie alla rinnovata fiducia da parte della Pannitteri, azienda che ha voluto innovare in un segmento spesso indifferenziato come quello dell'ortofrutta.

La campagna 2019-2020 **si identifica con Lio, l'elefante goloso di arance protagonista del nuovo spot.** Un personaggio con un forte riferimento a un territorio che rappresenta il cuore della produzione agrumicola siciliana e italiana: **U Liotru** è infatti il nome confidenziale dato dai catanesi alla Fontana dell'Elefante in piazza Duomo, il complesso monumentale **simbolo della città costituito da un elefante di basalto nero con in groppa una colonna in stile egizio.** A ispirare Lio, l'origine stessa della parola arancia, che proviene dal sanscrito *nāga-rang'a*, ovvero 'frutto preferito dagli elefanti'. **Ma Lio ora è anche un 3D character che incarna l'evoluzione dell'azienda.**

La campagna 2019-2020 evolve attraverso diversi canali: in tv (da dicembre sulle reti Mediaset e da gennaio sulla RAI e su Sky, terrestre e satellitare); al cinema (da dicembre fino alla fine di aprile nei circuiti cinema delle catene Moviemedia, UCI e The Space); in radio (RAI, Mediamond e RTL).

Particolarmente articolata la presenza sui social media, che raccontano il nuovo personaggio. La campagna social è incentrata su una nuova musica di **genere trap**, mirata ad intercettare e fidelizzare quella nuova fascia di pubblico in cui si collocano i prossimi responsabili acquisto nel largo consumo. Anche **il sito** di Rosaria ha ricevuto un refresh, sfruttando in molte pagine il character Lio.