



**Integrated**

## Gruppo Roncaglia e Arancia Rosaria ancora insieme per la campagna 2018

Alla campagna televisiva in onda sulle emittenti Rai e Sky si è affiancata una intensa attività di telepromozioni, in onda all'interno dei programmi Rai 'La prova del Cuoco' e 'Linea Verde', pianificazioni radio e OOH video nelle principali stazioni ferroviarie italiane.

Con l'on air della campagna **Rosaria** si rinnova anche nel 2018 la partnership tra il **Gruppo Roncaglia** e **Arancia Rosaria**, l'arancia siciliana più conosciuta dagli italiani.

Alla **campagna televisiva** in onda sulle **emittenti Rai e Sky** si è affiancata una **intensa attività di telepromozioni**, in onda all'interno dei programmi Rai 'La prova del Cuoco' e 'Linea Verde', **pianificazioni radio** e **OOH video** nelle principali stazioni ferroviarie italiane. Il piano proseguirà nei prossimi mesi con la programmazione degli **spot nei principali circuiti cinema**.

"Le strategie di comunicazione messe in campo confermano il nostro rapporto con lo storico brand siciliano, che abbiamo contribuito a creare dodici anni fa, e testimoniano la fiducia da parte di un'azienda che ha avuto il coraggio di innovare in un segmento indifferenziato come quello dell'ortofrutta, raggiungendo risultati da primato, in Italia e all'estero", osserva **Armando Roncaglia**, General Manager del Gruppo.

"Crediamo molto nell'impulso che le aziende del comparto agroalimentare possono dare all'economia nazionale – sottolinea Roncaglia - valorizzando le eccellenze di cui l'Italia è ricca e a cui storicamente vogliamo offrire opportunità di notorietà e crescita. Per noi questo comparto rappresenta un elemento strategico nelle politiche di sviluppo del business e per questo abbiamo deciso di affiancare i nostri clienti anche con specifici servizi di consulenza sull'internazionalizzazione".