

Gruppo Roncaglia e Arancia Rosaria ancora insieme per la campagna 2018

30 gennaio
2018

ATTUALITÀ



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".*