



AZIENDE 30/01/2018 Redazione 0

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

Alla pianificazione televisiva sulle emittenti Rai e Sky si è affiancata una intensa attività di telepromozioni, radio e out of home video. Poi, seguirà anche il cinema

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".