il Limone di Siracusa IGP approda nelle televisioni di Polonia e Romania e torna nelle stazioni italiane

Il Limone di Siracusa IGP entra nelle case di polacchi e rumeni.
Dal 1° dicembre è infatti in onda una campagna C-TV contemporanea nei due Paesi che porterà per 30 giorni, tra dicembre e gennaio, il gusto siciliano sui principali canali televisivi nazionali, inaugurando un nuovo capitolo della sua storia promozionale. Dal 23 dicembre al 5 gennaio, invece, il giallo intenso del Limone di Siracusa IGP avvolgerà ancora una volta le principali stazioni italiane grazie a una campagna ADV che illuminerà i maxi schermi di Milano Centrale, Roma Termini e Roma Tiburtina. Un messaggio brillante, audace, impossibile da ignorare: quest'anno il Natale ha il colore più fresco e vivace di tutti.
Nel 2024 la campagna nelle stazioni italiane ha raggiunto quasi 12 milioni di contatti, quest'anno l'obiettivo è ancora più ambizioso: far conoscere il Limone di Siracusa IGP a un pubblico internazionale sempre più curioso e consapevole, valorizzandone qualità, origine certificata e tradizione agricola. Lo spot LemON viene diffuso sulle principali piattaforme nazionali di Polonia e Romania grazie a una pianificazione premium che coinvolge reti tematiche, canali pubblici e privati ad ampia audience e piattaforme digitali con forte penetrazione.
In Polonia la campagna è in onda su TVP VOD, piattaforma on-demand del broadcaster pubblico Telewizja Polska; in Romania è veicolata attraverso Pro TV Network e Intact Media Group, i due gruppi televisivi più influenti del Paese.
Questa prima campagna di 30 giorni sarà seguito da una seconda

onda tra marzo e aprile 2026, con l’obiettivo complessivo di raggiungere complessivamente 1,1 milioni di contatti in Romania e 1,8 milioni in Polonia, aumentando in modo significativo la conoscenza del marchio e del sistema di qualità europeo legato al Limone di Siracusa IGP. La programmazione invernale in questi due paesi sarà pervasiva e prevederà 426 spot per la Polonia e 594 per la Romania, ciascuno dalla durata di 30’’, per un totale di 1020 spot.
Parallelamente, la settimana ad alta frequenza nelle stazioni italiane intercetterà un flusso stimato di 6 milioni di viaggiatori (dati 2024, elaborazioni Europe Media su dati Grandi Stazioni). La programmazione sarà capillare: 18.422 passaggi giornalieri a Roma e 6.621 a Milano, per un totale di 25.043 passaggi al giorno e ben 1318 all’ora, con un’ora di domination (occupazione esclusiva di tutti gli schermi) prevista per il 23 dicembre. Un’esplosione di energia mediterranea che porterà il profumo della Sicilia nelle stazioni più importanti d’Italia nelle settimane più luminose dell’anno.