

Il Limone di Siracusa promosso in Polonia e Romania: 260 mln di contatti con il progetto europeo LemOn

Il progetto europeo LemOn, cofinanziato dall'Unione europea e dal Consorzio di promozione e tutela del Limone di Siracusa IGP, entra nell'ultimo anno di attività registrando un successo straordinario che supera in anticipo gli obiettivi previsti per l'intero triennio. Dall'avvio dell'iniziativa, la campagna ha già intercettato oltre 260 milioni di utenti, superando ampiamente il target di 210 milioni di contatti fissato entro marzo 2027 e raggiungendo, solo nel corso della seconda annualità, 175 milioni di persone. Con una durata complessiva dal 2024 al 2027, il progetto promuove il Limone di Siracusa IGP in Italia, Polonia e Romania, valorizzandone la qualità, l'origine certificata e il legame profondo con il territorio. Questo risultato è il frutto di un piano di comunicazione particolarmente articolato, che ha integrato con successo la partecipazione a fiere internazionali, le tappe del LemOn Tour, campagne televisive e streaming, attività outdoor, ufficio stampa e influencer marketing. Tra le iniziative più significative della seconda annualità si inserisce la presenza a Fruit Logistica di Berlino, con 18 mila operatori del comparto raggiunti, a cui si aggiungono le quattro tappe del LemOn Tour, capaci di coinvolgere oltre 200 mila persone in occasione di appuntamenti di rilievo come Macfrut, Artigiano in Fiera e le Giornate FAI. Di grande rilievo è stata anche la visibilità generata dall'advertising TV, dato che in Italia la campagna trasmessa sui canali Rai ha superato i 100 milioni di contatti. A questi numeri importanti si sommano la campagna outdoor nelle stazioni di Milano Centrale, Roma Termini e Roma Tiburtina, che ha intercettato

15 milioni di viaggiatori nel periodo natalizio, e l'attività media, che nella sola seconda annualità ha generato 296 articoli nei tre Paesi target, raggiungendo oltre 20 milioni di lettori. Forte dei risultati già ottenuti, LemOn prosegue ora il suo percorso di promozione nei mercati strategici con nuove attività digitali e di influencer marketing, consolidando il posizionamento del Limone di Siracusa IGP come eccellenza agroalimentare certificata e simbolo indiscusso della qualità mediterranea.