



Pesca e Nettare di Romagna IGP

E l'estate ha più sapore

Al via la nuova campagna di comunicazione del Consorzio di Tutela cofinanziata dalla Regione Emilia-Romagna

Un progetto biennale, in Italia e Germania, che per rafforzare il valore della certificazione IGP attraverso una comunicazione che punta a valorizzare i frutti dell'estate per eccellenza che non rappresentano soltanto qualità certificata, ma un modo di vivere il tempo, condividere momenti e riscoprire il valore delle cose.

La **Pesca e Nettare di Romagna IGP** inaugura una nuova stagione della propria comunicazione con un progetto destinato ad accompagnare il pubblico per i prossimi due anni attraverso un linguaggio contemporaneo, emozionale e profondamente legato ai valori che rendono unica una delle produzioni simbolo dell'Emilia-Romagna.

La nuova campagna, dal titolo "**Pesca e Nettare di Romagna IGP: e l'estate ha più sapore**", è promossa dal **Consorzio di Tutela della Pesca e Nettare di Romagna IGP** nell'ambito dell'intervento **SRG10 – Promozione dei prodotti di qualità**, finanziato dalla **Regione Emilia-Romagna**, con l'obiettivo di valorizzare la certificazione IGP, sostenere le imprese associate e rafforzare il legame tra consumatori, territorio e filiera.

Non sarà una semplice campagna promozionale. Sarà un nuovo racconto dell'estate, dove la Pesca e Nettare di Romagna IGP diventa simbolo di benessere, convivialità e piacere di vivere. Frutti che non rappresentano soltanto origine certificata, ma un modo di vivere il tempo, condividere momenti e riscoprire il valore delle cose semplici.

Sui social prenderà forma attraverso contenuti che raccontano i momenti in cui "**l'estate ha più sapore**": una giornata al mare, un aperitivo tra amici, una gita, un picnic, un tramonto, una pausa rigenerante. Il prodotto entrerà naturalmente nelle esperienze quotidiane, parlando il linguaggio delle emozioni prima ancora di quello dell'alimentazione.



La **collaborazione con content creator** seguirà la stessa logica. Riceveranno un **salvagente personalizzato** con il claim della campagna, trasformato in un oggetto iconico e immediatamente riconoscibile. Il salvagente diventerà un elemento distintivo della comunicazione, protagonista di fotografie, reel e contenuti spontanei, capace di rendere il messaggio immediatamente associabile alla Pesca e Nettare di Romagna IGP.

Anche le attività B2B saranno perfettamente integrate nel concept. L'evento previsto ad aprile 2027 coinvolgerà buyer, stakeholder e stampa in un'esperienza che anticiperà l'estate e presenterà il prodotto in modo originale, emozionale e coerente con il claim.

La stessa idea diventerà protagonista della **campagna radio nazionale**, dove la forza della voce e del suono permetterà di trasformare il claim in un vero e proprio tormentone estivo. Una frase semplice, immediata e facilmente ricordabile, capace di entrare nella quotidianità delle persone e di accompagnarle durante tutta la stagione. La radio rafforzerà così la notorietà della campagna, creando continuità con i contenuti digitali e le attività sul territorio.

L'iniziativa è realizzata dal **Consorzio di Tutela della Pesca e Nettare di Romagna IGP** nell'ambito dell'intervento **SRG10 – Promozione dei prodotti di qualità della Regione Emilia-Romagna** a beneficio delle aziende associate al Consorzio.

I SOCI DEL CONSORZIO DI TUTELA E VALORIZZAZIONE PESCA E NETTARINA DI ROMAGNA IGP

- Agribologna
- Apo Conerpo con Alegra e Naturitalia
- Apofruit
- AOP Italia
- Consorzio Il Frutteto
- Consorzio Ortofrutticolo di Romagna
- Granfrutta Zani
- Orogel Fresco
- Tozzi Frutta
- Zavoli