



The Ad Store Italia  
Viale Fratti 20/D  
43121 Parma, Italy  
+39 0521 504345  
adstore.it  
p.iva 02127730345

ITALIA

## “La stagione dei Limoni” è la consumer promo dell’estate del brand Limoncetta di Sorrento del portfolio Lucano

**Un mini sito web dedicato per vincere favolosi premi, una promo supportata da un piano di marketing e comunicazione integrato.**

Limoncetta di Sorrento si rivolge ancora ai suoi consumatori con la nuova consumer promo per l’estate 2019: dal 17 giugno al 31 agosto acquistando una bottiglia di Limoncetta di Sorrento o Limoncetta Crema sarà possibile vincere premi esclusivi per vivere un’estate dedicata a ciò che gli italiani amano di più, la buona cucina e le vacanze in un paradiso tropicale.

La dinamica concorsuale ideata si sviluppa in pochi semplici step: acquistando una bottiglia di Limoncetta di Sorrento o Limoncetta Crema e conservando lo scontrino d’acquisto, i consumatori potranno partecipare al concorso registrandosi al mini sito dedicato all’iniziativa ([lastagionedeilimoni.it](http://lastagionedeilimoni.it)).

In palio, attraverso la modalità “**instant win**”, 11 ambitissimi robot da cucina **Kitchen Aid** gialli come il sole di Limoncetta (1 a settimana) e un **super premio finale**: un **viaggio alle Maldive** per due persone.

A sostegno della POS activation nazionale, la bottiglia di Limoncetta sarà personalizzata con collarino che racconterà la promo in corso particolarmente impattante e visibile a scaffale.

Un piano media con focus sulle TV, siti web, mezzi digitali a supporto ed un piano di PR dedicato con focus lifestyle supporteranno la promozione.

Per questa Stagione dei limoni Limoncetta ha scelto di per sorprendere i consumatori con un’originalissima forma di sampling di prodotto: nel mese di luglio una bottiglia di Limoncetta da 5cl sarà parte della Degusta Box a tema “Voglia d’estate”. Oltre al prodotto, i 7500 “degustatori” troveranno nella box anche un flyer promozionale che racconterà il prodotto e la consumer promo e con uno sconto dedicato per l’acquisto della bottiglia. ([degustabox.com/it](http://degustabox.com/it)). Inoltre l’attività con Degusta Box prevede anche un’azione sui Social Media, volta ad aumentare la brand awareness attraverso la pubblicazione di contenuti di qualità.

Il progetto conferma ancora una volta le nuove strategie del gruppo Lucano volte ad affermare il ruolo strategico dei propri prodotti nei confronti della GDO.



Join the human  
revolution on  
[adstore.com](http://adstore.com)



The Ad Store Italia  
Viale Fratti 20/D  
43121 Parma, Italy  
+39 0521 504345  
adstore.it  
p.iva 02127730345

ITALIA

Aumento del sell out con un'attività promozionale impattante, tasting di prodotto e scoperta di nuove occasioni di consumo ed utilizzo dello stesso, sono solo alcuni gli ingredienti principali delle strategie di marketing del gruppo Lucano dedicate al proprio brand sorrentino.

Limoncetta di Sorrento è leader di mercato tra i limoncelli prodotti con “Limone di Sorrento I.G.P.”\*, è un liquore 100% naturale, senza coloranti e conservanti, realizzato esclusivamente con i limoni di Sorrento I.G.P. seguendo la ricetta tradizionale per infusione. Se da una parte Limoncetta è fortemente legata alle tradizioni del proprio territorio, dall'altra il Gruppo Lucano guarda al futuro.

Con il concorso “*La stagione dei Limoni*” l'esperienza d'acquisto diventa accattivante e coinvolgente.

\*Fonte Nielsen, H+S+LS Aprile 2018

**About Amaro Lucano 1894** - Amaro Lucano è la storia di una famiglia lucana che, partita da un liquore nato dalla tradizione locale, è diventata una delle tra le più importanti aziende nazionali nella produzione e commercializzazione degli spirits. Un brand conosciuto in tutto il mondo che ha saputo mantenere il suo “spirito” fondato sul rispetto della passione di famiglia e della terra in cui è nato. In costante crescita l'azienda ha chiuso il 2018 con un fatturato di circa 22 milioni, sostanzialmente in linea con il 2017. Ad oggi il Gruppo Lucano conta circa 50 dipendenti tra la sede operativa di Pisticci Scalo, dove si trovano i reparti produttivi e il nuovo spazio espositivo Essenza Lucano, Vico Equense, lo store di Matera “Lucano la Bottega” e l'headquarter di Milano ed investe costantemente in comunicazione, risorse umane e ricerca e sviluppo per incrementare la propria market share in Italia e all'estero. Oltre alla produzione del famoso Amaro, l'Azienda ha nel proprio catalogo altre 15 etichette di liquoristica italiana crealizzate tra lo stabilimento di Pisticci e Vico Equense.



Join the human  
revolution on  
[adstore.com](http://adstore.com)