



PERLA NERA: LA VERA PROTAGONISTA DELL'ESTATE CON IL NUOVO SPOT FIRMATO CONNEXIA E UNA CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE ESCLUSIVA

La nuova stagione commerciale della famosa anguria premium parte con grande slancio e si rinnova, supportata da una campagna promozionale impattante che veicolerà il nuovo spot sui principali canali di comunicazione e affiancherà alcuni dei più prestigiosi eventi dell'estate 2024.

Milano, 6 giugno 2024 – Prende il via in questi giorni la **nuova stagione commerciale** di **Perla Nera**, l'anguria midi a buccia scura e con pochi semi, particolarmente dolce e croccante, prodotta in esclusiva da O.P. Francescon, Peviani S.p.A. e O.P. La Mongolfiera.

*“Quest’anno la stagione è partita con il piede giusto e siamo quindi ottimisti anche per il suo prosieguo. In maggio, come da cronoprogramma, è iniziata la produzione siciliana, alla quale faranno seguito quelle da Campania, Lazio, Puglia e, infine, dal Mantovano, che entrerà a pieno regime durante il mese di luglio. – commenta **Bruno Francescon, Presidente del Consorzio Perla Nera** – A livello complessivo abbiamo superato gli 800 ettari di produzione, incrementando la superficie di circa il 10% rispetto al 2023, e ci attendiamo quindi una crescita anche dal punto di vista dei volumi”.*

Contestualmente, è in partenza anche la **campagna promozionale 2024**, che si contraddistingue, rispetto al passato, per iniziative del tutto inedite. Grande novità di quest’anno sarà infatti la presenza di Perla Nera sulle **radio** più seguite, con il **nuovo jingle sulle note della famosissima canzone «Vorrei la... Perla Nera»**. Il motivo musicale



sarà trasmesso su tutte le piattaforme Mediaset (Radio 105, R101, Virgin Radio, Radio Monte Carlo e Radio Subasio), oltre a **Radio DeeJay, M2O e Radio Capital**.

*“Alcuni prodotti rappresentano una sorta di «reminder», nella vita delle persone: se vedere un panettone a scaffale ci fa salire l’ansia da regali natalizi, con Perla Nera è un’altra storia. Il suo arrivo annuncia l’estate, le vacanze, la spensieratezza, la gioia dello stare insieme– commenta **Riccardo Catagnano, Executive Creative Director di Connexia** – Per questo, e per tanti altri motivi, vorremmo tutti, sempre e fortissimamente, la freschezza di Perla Nera”.*

Ideato da **Connexia**, il brand di Marketing e Comunicazione della **Martech Company Retex**, che ha gestito anche la pianificazione della campagna sui canali social, il nuovo spot Perla Nera, dopo il debutto durante il **Gran Premio del Mugello di Moto GP** il 31 maggio scorso, in esclusiva sui canali Sky, sarà in onda fino a metà agosto su **Mediaset e Sky**, abbracciando gli eventi e i programmi più significativi della stagione. Perla Nera sarà sponsor del **Programma Battiti**, l’evento musicale estivo che porterà nelle case degli Italiani i più grandi successi musicali della stagione, per la prima volta in onda su Canale 5.

*“Saremo presenti a tutti gli appuntamenti estivi, sia della **Moto GP che della Formula 1, ex, in modo massiccio, sulle news di Sky**. – prosegue **Bruno Francescon** – In particolare, avremo una compagna spot di altissima qualità su Mediaset che, per citare solo alcune caratteristiche, genererà circa **150 milioni di contatti lordi**, vanterà una percentuale di **posizioni speciali** di circa il 70%, e una presenza importante nel **prime time**. Con questi presupposti, siamo certi di continuare ed incrementare i successi degli anni precedenti”.*

Ci saranno, inoltre, tante altre sorprese ad accompagnare gli appassionati e i fruit lovers: Perla Nera sarà infatti protagonista, sabato 8 e domenica 9 giugno, di «Party like



a DeeJay», la grande festa musicale e di intrattenimento di Radio DeeJay al parco Sempione di Milano. Il brand sarà presente nel DeeJay Village con il proprio prodotto per rinfrescare e coinvolgere i passanti con attività divertenti e regalando gadget firmati Perla Nera.

*“Perla Nera è riconosciuta dai consumatori come anguria premium, – commenta **Andrea Peviani, Direttore Commerciale di Gruppo Peviani** – e questo concetto lo abbiamo trasferito anche nella campagna promozionale del brand, scegliendo di sostenere alcuni degli eventi più seguiti e appassionanti dell’estate 2024, dove il grande pubblico potrà conoscere e incontrare tutta la qualità della nostra offerta. Secondo un’indagine Agroter Monitor Ortofrutta, già nel 2023 il 60% degli Italiani che conoscono Perla Nera l’hanno provata almeno una volta”.*

Sergio Giardina, Direttore Commerciale di O.P La Mongolfiera, conclude: *“La stagione 2024 è appena agli inizi e, come brand, abbiamo in programma diverse altre iniziative per valorizzare e promuovere la conoscenza della nostra anguria. L’impegno che abbiamo profuso finora in tal senso, ci indica del resto che siamo sulla strada giusta.”* Per scoprire il nuovo spot, dove Perla Nera si accredita in tutta la sua irresistibile freschezza come l’autentico frutto dell’estate: www.anguriaperlanera.com/extradolce

Credits

Agenzia – Connexia, A Retex Brand

Executive Creative Director – Riccardo Catagnano

Account Director – Ilaria Lorenzelli

Senior Art Director – Enzo Girardi

Copywriter – Gianluca De Vivo

Senior Account – Giulia Capaccioni

Chief strategy Officer – Matteo Sbarra

Strategic Planning Director – Valeria Capobianco

Communication Strategist – Serena Puerari

Content Experience & Digital Engagement Director – Angelo Bermani

Content Manager – Alessia Cardella



Media Lead – Gabriella Ronchi
Media Specialist – Eleonora Mariani

CdP – Mercurio Cinematografica

Regia – Marco Santi
Executive Producer – Luca Fanfani
Producer – Gaia Parenti
Assistente Producer – Maddalena Ricolfi
Head of Post – production: Roberta Caimi

Connexia

Connexia è creatività.
È pensiero data-driven.
È eccellenza nella gestione dei media.
Ed è innovazione tecnologica
Ma non solo. Il brand di comunicazione e marketing di Retex è soprattutto passione, impegno etico, trasparenza, responsabilità sociale di impresa.
È un team multiculturale e multidisciplinare: professionisti capaci di costruire e raccontare valori di brand, ma anche di guidare processi di trasformazione digitale.
Pensiamo e sviluppiamo idee che possono vivere su tutti i canali, senza nessun timore di essere misurati sull'efficacia di ogni campagna.
Aspettatevi di lavorare, con noi, in modo nuovo: insieme, per davvero, attraverso processi di co-creation continui e sperimentazione orientata agli obiettivi di business e comunicazione. www.connexia.com

RETEX

Redefine the meaning of Retail: con questa *mission* Retex è la società che affianca i brand nelle iniziative di trasformazione digitale e innovazione unendo tecnologia, creatività e dati. Nata nel 2010, da sempre attenta alle tematiche di responsabilità sociale e oggi Società Benefit, Retex è guidata dalla passione e dalle competenze di oltre 600 talenti, provenienti da 32 nazioni, per ispirare e accelerare il cambiamento nel mondo dei brand e del Retail. www.retex.com