

COMUNICAZIONE

DIGITAL

## ILCAMONE, QUELLO VERO LANCIA LA NUOVA CAMPAGNA SOCIAL: TRA GUSTO, AUTENTICITÀ E LIFESTYLE

Pubblicato da **Redazione** 11/02/2026

**Il brand torna su Instagram con i contenuti originali di tre creator: @lucia\_carniel\_lultimafetta, @liciasangermano e @sara\_moalli\_bakeoffitalia8**

C'è un gusto inconfondibile che continua a consolidare il suo legame con i consumatori: **iLcamone, quello vero**, torna su **Instagram** per il settimo anno consecutivo con una **nuova campagna di influencer marketing**. Il progetto affida a **tre nuovi creator** il compito di raccontare un pomodoro diventato simbolo di qualità e autentica eccellenza del Made in Italy, inserendolo in un contesto narrativo moderno e d'ispirazione.

La campagna 2026 punta a rafforzare la brand identity e ad ampliare la community, accompagnando gli utenti alla scoperta del mondo **iLcamone, quello vero** attraverso i contenuti pubblicati sul profilo Instagram ufficiale **@il\_camone** e sul sito **ilcamone.it**.

**Tre prospettive, un sapore unico**

Il cuore della **comunicazione Instagram** per il 2026 è rappresentato da **tre ricette inedite**, nate dalla creatività di altrettanti profili lifestyle capaci di interpretare il prodotto attraverso diverse sensibilità culinarie:

ISCRIVITI ALLE NOSTRE  
NEWSLETTER

Iscriviti →

LE INTERVISTE DI MEDIAKEY



INTERVISTA A **CATERINA TONINI**, CEO HAVAS CREATIVE...

I PODCAST DI MEDIAKEY

Fai clic per accettare i cookie marketing e abilitare questo contenuto

Fai clic per accettare i cookie marketing e abilitare questo contenuto

Fai clic per accettare i cookie marketing e abilitare questo contenuto



- **Lucia Carniel (@lucia\_carniel\_ultimafetta)**, fotografa food, videomaker e storyteller, autrice del blog *L'Ultima Fetta*, finalista di premi internazionali e TEDx speaker;
- **Felicia Sangermano (@liciasangermano)**, biologa e viaggiatrice, racconta il piacere della convivialità tra cucina, paesaggi e sapori;
- **Sara Moalli (@sara\_moalli\_bakeoffitalia8)**, vincitrice dell'ottava edizione di *Bake Off Italia*, ama cucinare e creare emozioni attraverso i suoi piatti. Propone ricette sane e semplici, con un'attenzione particolare alle preparazioni salate, senza rinunciare a torte più complesse per chi ama mettersi alla prova in cucina.

Grazie a queste diverse prospettive, *iLcamone, quello vero* diventa protagonista di un racconto dinamico espresso in **3 Reel**, pubblicati in collaborazione con il profilo IG **@il\_camone**. L'approccio lifestyle dei creator permette di integrare il prodotto nella quotidianità in modo naturale, estendendo il dialogo del brand verso nuove audience.

#### Contenuti originali e coinvolgimento diretto dei produttori

Accanto alla campagna influencer, il progetto prevede la realizzazione di contenuti Instagram originali e momenti di racconto dedicati anche ai **produttori**, per rafforzare ulteriormente il legame tra territorio, filiera e prodotto.

#### Restyling del sito: una nuova esperienza digitale

Il sito ufficiale [ilcamone.it](https://ilcamone.it) si conferma un **hub strategico di contenuti**, punto di riferimento per approfondire l'universo *iLcamone, quello vero*: dalle ricette originali agli approfondimenti sulla filiera, fino alle indicazioni utili sul **pack distintivo**, fondamentali per riconoscere il prodotto autentico.

Nel 2026 il sito **si rinnova con un restyling**, diventando ancora più funzionale e valorizzando i tratti distintivi del prodotto. **Protagoniste le ricette dei creator**, che raccontano *iLcamone, quello vero* esaltandone gusto e versatilità.

Il rinnovamento si tradurrà in un **aggiornamento visivo** e in una **sezione ricette più intuitiva e facilmente fruibile**, pensata per ispirare chi cerca nuove idee da portare in tavola dal gusto 100% italiano. A completare l'esperienza, **nuove immagini ambientate e dall'estetica curata**, realizzate grazie agli scatti di Lucia Carniel.

La campagna 2026 è stata realizzata in collaborazione con le quattro aziende produttrici selezionate e autorizzate (Aurora Soc. Agr. Coop, L'Orto di Eleonora, Libretti srl e Moncada Soc. Agr. Coop) e Aida Partners, che sin dal primo anno di attività promozionale supporta *iLcamone, quello vero*, con campagne dedicate e attività speciali, coinvolgendo sempre maggiormente i consumatori attraverso strategie di comunicazione multicanale e uno storytelling distintivo.