



12/02/2026

iLcamone, quello vero: una campagna che unisce gusto e lifestyle

Instagram al centro: nuove collaborazioni e contenuti creator-driven per rafforzare identità di marca ed engagement

REDAZIONE

redazione@italiafruit.net

WWW.ITALIAFRUIT.NET

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:

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 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. (lg)

Fonte: Ufficio Stampa Il Camone