

TESTATA

DATA USCITA

SOGGETTO

www.spotandweb.it

2 ago 2024

Nuii

NUII in comunicazione con una campagna multicanale senza precedenti

1/2

2 Agosto 2024



Scopri i benefici della riflessologia plantare

Acuflex by Powerspace

Calzatura massaggiante che allevia il dolore, rilassa, riduce lo stress e migliorare la circolazione - Scopri Flipzen



NUII, il primo brand internazionale lanciato da Froneri nel 2019, torna in comunicazione con una campagna multicanale senza precedenti. Il brand, infatti, già confermatosi **uno dei marchi più amati dai consumatori** – come testimonia uno dei tassi di riacquisto più alti del mercato, superiore al 50% – dà il via a un **investimento in crescita a doppia cifra rispetto al 2023**, con una nuova campagna che abbraccia i principali touchpoint di comunicazione e coinvolge diversi prodotti che caratterizzano l'ampia offerta del marchio, capace di conquistare più di 3 milioni di famiglie italiane.

Protagonisti della campagna, i best seller del brand, come **NUII Caramello Salato e Noci Macadamia Australiane**, in collaborazione con la star internazionale **Jason Momoa**, e **NUII Panna e Pistacchi dell'Anatolia**, per la prima volta on-air in TV con uno spot dedicato. Grande attenzione anche al piano di innovazione più ricco di sempre con il lancio della **NUII Elements Collection**, una nuova gamma ispirata ai quattro elementi della natura: **NUII Mandorle caramellate salate e Miele della Nuova Zelanda** ispirato all'Aria, **NUII Cocco e Mango Indiano** al fuoco; **NUII Arachidi e Sciroppo d'Acero Canadese** all'acqua; la Terra è invece l'elemento che ispira **NUII Cioccolato Bianco con Caramello e Noci Pecan del Texas**.

Il nuovo piano multicanale si caratterizza quindi per una forte presenza sulla **TV lineare** – on-air da maggio e per tutta la stagione estiva **cinque nuovi spot** realizzati dall'agenzia internazionale **Toast** – che quest'anno è stata accompagnata da un **importante investimento su diverse piattaforme streaming**, sempre più in grado di attirare una fetta ampia e diversificata di utenti. Riconfermata inoltre la presenza **sulle principali emittenti radiofoniche italiane**, con uno spot di gamma e uno spot dedicato alla Elements Collection, oltre al **debutto sulle principali piattaforme streaming audio come Spotify**. Un altro importante investimento è stato dedicato a una fortissima **campagna Out Of Home**, con cui il brand ha presidiato con **oltre 1200 affissioni** quattro tra le maggiori città italiane: Milano, Roma, Napoli e Bologna.

Nel cuore della stagione estiva, NUII è on-air anche con "**Discover your Element**", la **campagna influencer** su Instagram che celebra il lancio della nuova Elements Collection. Con questa iniziativa il brand invita oltre 30 influencers a scoprire l'elemento della natura che più li rappresenta, con sfide che esaltano le caratteristiche uniche del prodotto, come la qualità inconfondibile degli ingredienti e la loro provenienza. Tra i talent figurano molti personaggi della TV come **Elisabetta Canalis** (3,6 mio followers), **Melissa Satta** (4,8 mio) e la deejay **Ludovica Pagani** (3,9 mio), personalità del mondo food come **Joe Bastianich** (1.3 mio) e lo chef famoso sul web **Ruben** (1.7 mio), e tanti altri. Per la prima volta, inoltre, NUII debutta con una **campagna su Tik Tok** che vede i talents coinvolti rispondere alla sfida lanciata dall'ambassador internazionale **Jason Momoa**: "**Sei pronto per la tua prossima avventura?**". Ci sarà da divertirsi!

Oltre alla campagna di comunicazione, NUII ha intrapreso un'attività di riqualificazione urbana nel comune di Roma: un nuovo ecomurales realizzato dalla street artist di fama internazionale **Michela Picchi** presso la stazione metro di Garbatella, in collaborazione con l'associazione no-profit **Yourban 2030**. Il progetto è stato eseguito con pitture fotocatalitiche e purificatrici d'aria, regalando alla comunità un nuovo spazio sociale e culturale. Continua, inoltre, la collaborazione tra NUII e **WildArk**, con il supporto del brand al progetto Koala Rewilding, un'iniziativa unica nel suo genere che mira alla salvaguardia dei koala nativi dell'Australia, specie animale a rischio di estinzione.

Le agenzie che hanno collaborato con NUII in Italia sono **Caffeina**, per tutta la campagna influencers, **IAKI**, per la campagna Social, e **Spencer & Lewis**, per le PR e le Media Relations. La pianificazione media della campagna è seguita dall'agenzia media **Dentsu**.

