

TESTATA

DATA USCITA

SOGGETTO

www.engage.it

2 ago 2024

Azienda

NUII CONQUISTA L'ESTATE CON CINQUE SPOT E UNA CAMPAGNA MULTIMEDIALE. "BUDGET DA 5 MILIONI DI EURO"

1/2

Il brand di Froneri sarà on air con i suoi best seller e la nuova Elements Collection. Tv, radio, piattaforme streaming, OOH e influencer nel piano media. Il punto con il Global Brand Manager Giuseppe Fascia



Giuseppe Fascia, Global Brand Manager di Nuii



Ascolta questo articolo ora...



Nuii, il primo brand internazionale lanciato da **Froneri** nel 2019, è tra i protagonisti dell'estate 2024 con una imponente campagna multicanale e un investimento in comunicazione in crescita a doppia cifra rispetto allo scorso anno.

A rivelarlo a *Engage* è **Giuseppe Fascia**, Global Brand Manager di Nuii: «Rispetto allo scorso anno, guardando i dati di Nielsen a YTD luglio, registriamo un **incremento degli investimenti gross media del +45%, raggiungendo circa 5 milioni di euro**. Si tratta di cifre molto importanti, che comunicano l'importanza strategica del brand Nuii per Froneri. L'obiettivo primario è consolidare la nostra posizione nel segmento degli stecchi e conquistare il mercato dei gelati nel suo complesso».

Fascia aggiunge: «Siamo convinti di proporre un prodotto qualitativamente superiore, come dimostra il **tasso di riacquisto del 50%**, ben oltre la media del mercato. Il nostro obiettivo è continuare a investire per far conoscere Nuii a un numero sempre maggiore di consumatori».

Per questo il brand ha deciso quest'anno per un presidio capillare della bella stagione, lanciando una 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.

I DETTAGLI DEL PIANO DI COMUNICAZIONE PER L'ESTATE 2024 DI NUII

Come già anticipato da *Engage* negli scorsi mesi ([leggi qui](#)), protagonisti della campagna, i best seller del brand, come **Nulli Caramello Salato** e **Noci Macadamia Australiane**, in collaborazione con la star internazionale **Jason Momoa**, e **Nulli Panna e Pistacchi dell'Anatolia**, per la **prima volta on air in tv con uno spot dedicato**.



Grande attenzione anche alle novità con il lancio in advertising di **Null Elements Collection**, una nuova gamma ispirata ai quattro elementi della natura: **Nulli Mandorle caramellate salate** e **Miele della Nuova Zelanda** ispirato all'Aria, **Nulli Cocco e Mango Indiano** al fuoco; **Nulli Arachidi** e **Sciropo d'Acero Canadese** all'acqua; la Terra è invece l'elemento che ispira **Nulli Cioccolato Bianco con Caramello** e **Noce Pecan del Texas**.

Il piano multicanale si caratterizza quindi per una **forte presenza sulla TV lineare** (*guarda qui i nuovi spot*). Sono, infatti, on air da maggio e per tutta la stagione estiva **cinque nuovi spot** realizzati dall'agenzia internazionale **Toast**. Ma a questo si è deciso di affiancare anche un **importante investimento su diverse piattaforme streaming**.

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 milioni di followers), **Melissa Satta** (4,8 milioni) e la deejay **Ludovica Paganì** (3,9 milioni), personalità del mondo food come **Joe Bastianich** (1,3 milioni) e lo chef famoso sul web **Ruben** (1,7 milioni), e tanti altri. Per la prima volta, inoltre, Nuii ha deciso di debuttare 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?"**.

Le agenzie che hanno collaborato con Nuii in Italia per lo sviluppo di questa campagna 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**.

PROGETTI DI RESPONSABILITÀ SOCIALE

Oltre alla campagna di comunicazione, Nuii ha intrapreso un'attività di riqualificazione urbana nel comune di Roma: un nuovo eco-murales 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.