

TESTATA

www.foodaffairs.it

DATA USCITA

2 ago 2023

SOGGETTO

NUII 2023

1/2

# NUII torna con la campagna media più forte di sempre puntando sui top influencers

Pubblicato 22 ore fa



Share

f Share

Tweet

in Share

Share

✉

🖨

NUII, parte del gruppo Froneri, torna con un ricco piano di comunicazione multicanale. Il nuovo piano di comunicazione si focalizza sulla novità 2023 NUII Cioccolato al latte e Nocciole tostate italiane. Quest'ultima - disponibile nei supermercati e nel canale bar - è realizzata con una delle eccellenze della nostra terra, la nocciola, ed è la grande protagonista del nuovo spot televisivo on air per 17 settimane, girato nella suggestiva cornice della provincia di Matera, in Basilicata. NUII riconferma la sua presenza in radio sulle principali emittenti italiane da Maggio ad Agosto, con uno spot di gamma ed uno dedicato alla novità 2023.

Crescenti investimenti anche sul digital, con il lancio del brand su TikTok, ed una campagna di influencer marketing on-air per tutta l'estate su Instagram, con la collaborazione di oltre 30 influencers, tra i quali il campione del mondo e calciatore della Roma Paulo Dybala (56.8 mio followers), l'ex campione della Nazionale e della Juventus Claudio Marchisio (5.3 mio followers), la showgirl e conduttrice televisiva Melissa Satta (4.8 mio), la conduttrice televisiva Lodovica Comello (2,6 mio followers), lo chef pluristellato Bruno Barbieri (1,3 mio followers) e tanti altri.

"Siamo fieri di poter dire che si tratta della campagna media più forte di sempre, con un investimento totale più alto di oltre il 30% rispetto al 2022. NUII è il primo brand di Froneri Italy per peso pubblicitario, confermandone la centralità nel progetto strategico. A soli quattro anni dal lancio, NUII è tra i brand più rilevanti negli stecchi, e stiamo lavorando affinché esprima al massimo le sue potenzialità.", dichiara Giuseppe Fascia, Global Strategic Brand Manager NUII.

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

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.