

TESTATA

www.youmark.it

DATA USCITA

2 ago 2024

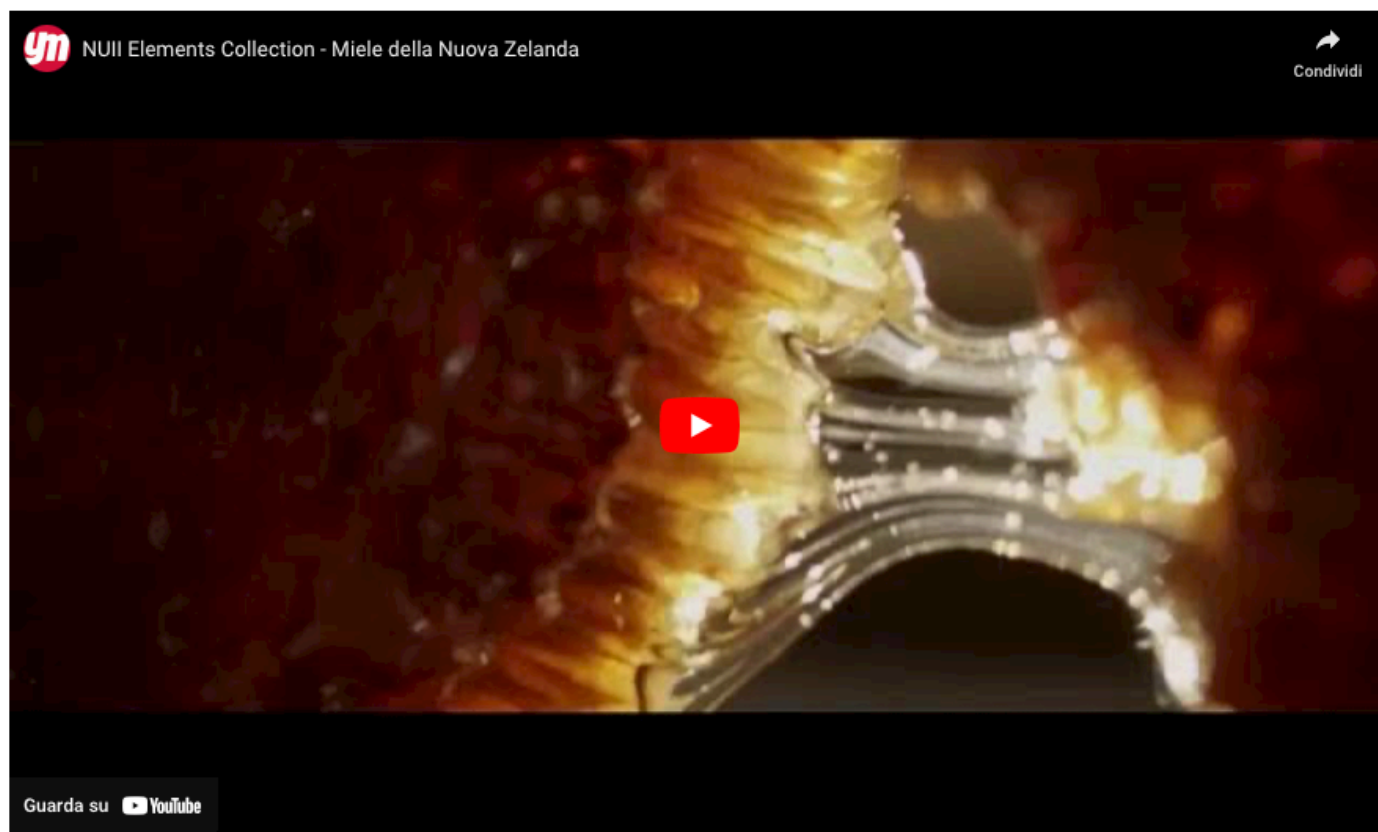
SOGGETTO

Nuii

1/2

NUII torna in comunicazione con un investimento in crescita a doppia cifra. Tv, social e anche un progetto di riqualificazione urbana

2 Agosto 2024



La campagna abbraccia i principali touchpoint di comunicazione e coinvolge diversi prodotti che caratterizzano l'offerta del marchio.

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. Sotto i riflettori anche 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 **significativo 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 **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.

NULL è on-air anche con **Discover your Element**, campagna influencer su Instagram che celebra il lancio della nuova Elements Collection. Con questa iniziativa il **brand invita oltre 30 influencer a scoprire l'elemento della natura che più li rappresenta**. Tra i talent figurano 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 **Ruben** (1.7 mio). Per la prima volta, inoltre, NULL debutta **con una campagna su Tik Tok** che vede i talent 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, NULL ha intrapreso un'**attività di riqualificazione urbana nel comune di Roma**: un nuovo ecomurales realizzato dalla street artist 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 NULL e **WildArk**, con il supporto del brand al progetto **Koala Rewilding**, un'iniziativa che mira alla salvaguardia dei koala nativi dell'Australia, specie animale a rischio di estinzione.

Le agenzie che hanno collaborato con NULL in Italia sono caffeinaà, per tutta la campagna influencers, IAKI, per la campagna Social, e Spencer & Lewis, per le PR e le Media Relation. La pianificazione media della campagna è seguita dall'agenzia media Dentsu ([DENTSU ITALIA](#)).