
Assorbenti: niente liquido blu in alcuni spot ?? di Silvia Becattini

Descrizione

TAG: Lifestyle, Marketing, Assorbenti, Nuvenia

Nonostante siamo entrati in pieno nel ventunesimo secolo, alcuni argomenti e questioni che riguardano, prima o poi, la vita quotidiana di 3.64 miliardi di donne nel mondo sono ancora off limits. Stiamo parlando delle mestruazioni, degli assorbenti e del tabÃ¹ che continua ad essere protagonista anche nel mondo della pubblicitÃ .

Nuvenia, noto marchio di assorbenti femminili, ha iniziato a sfatare questo tabÃ¹ che coinvolge in primis le stesse donne. **Il brand sostituisce il canonico liquido blu usato nella maggior parte delle pubblicitÃ di assorbenti con il sangue rosso.** Nel nuovo spot in onda in questâ??ultimo periodo poi, si Ã“ spinto decisamente ??oltre il limite?• dellâ??esplicito, con una pubblicitÃ piena di rimandi non troppo velati alla vulva e alle mestruazioni. Qui la versione dello spot TV da 20â??³, ma la campagna pubblicitaria prevede anche il video di 3 minuti in cui intervengono donne di tutte le etÃ .

Le critiche sul web

Lâ??iniziativa di Nuvenia solleva molte critiche sul web, invaso da commenti sullâ??inappropriatezza dello spot. Frutta, oggetti, cibi e indumenti richiamano le fattezze dei genitali femminili e cantano lâ??amore e lâ??accettazione per il proprio corpo. In â??[Viva la vulva](#)â??, Nuvenia coinvolge le donne e le invita a smettere di vergognarsi delle proprie parti intime. Un passo difficile, visto che storicamente â??quel periodo del meseâ?• Ã“ stato stigmatizzato e vissuto con vergogna, considerandolo negativo anche per le attivitÃ quotidiane.

I nuovi assorbenti Nuvenia ipoallergenici

La campagna #bloodnormal, portata avanti anche da Nuvenia, suscita quindi numerose critiche ma anche tanti apprezzamenti. **Che lâ??operazione di sensibilizzazione (ma anche di marketing) possa rivelarsi controproducente per il brand?** BisognerÃ vedere se il flusso delle vendite di questa marca subirÃ dei cambiamenti nei prossimi mesi. In particolare, il prodotto nel mirino pubblicizzato in questo spot Ã“ il â??Pure Sensitiveâ?•, lâ??assorbente creato dal marchio per pelli sensibili, senza profumo, allergeni e coloranti.

Di certo normalizzare un argomento del genere non Ã“ impresa facile, si potrebbe rischiare addirittura lâ??effetto contrario. Ma il brand, rispecchiando il suo claim, si Ã“ sentito â??libero di osareâ?•.

E tu cosa ne pensi della campagna Nuvenia? Ti piace questo spot?

Lâ??articolo [Assorbenti: niente liquido blu in alcuni spot](#) proviene da [CIAOUP News & Advertising Influencer](#).

Categoria**1. MARKETING NEWS****Data di creazione**

4 Gennaio 2021

Autore

default watermark