



## Entra nel mondo Nuvenia e sentiti Libera di Muoverti

*Su Real Time e Food Network sei appuntamenti per incontrare e conoscere intimamente  
sei campionesse sportive.*

*Chi è abituato ad abbattere tutti i record è pronta a combattere ogni tabù: in perfetto stile Nuvenia.*

Essity, multinazionale svedese leader nel settore dell'igiene e della salute, con il brand Nuvenia, presenta la campagna **Libera di Muoverti** che ospiterà 6 campionesse nello sport, e nella vita per sei appuntamenti che andranno in onda su Real Time (canale 31) e Food Network (canale 33), canali del gruppo Warner Bros, Discovery, sul sito nuvenia.it e i canali social del brand.

Il concept prevede un semplice gioco che mette le atlete protagoniste davanti a domande dirette e intime in uno spazio sicuro, lo spazio che Nuvenia ha costruito in anni di campagne e progetti pensati per supportare le donne<sup>+</sup> e farle sentire libere di raggiungere ogni traguardo. Ogni sportiva sarà accolta in uno spazio colorato e vibrante dove potrà esprimersi senza nessun limite, raccontare se stessa sentendosi libera di descrivere ogni sua sfaccettatura. Davanti a lei troverà alcune carte tra cui scegliere. Ogni carta cela una domanda diversa, con l'immanicabile **domanda tabù**.

Le protagoniste della campagna di Nuvenia "**Libera di Muoverti**" rappresentano donne innamorate delle sfide e delle loro passioni e che, libere da schemi e pregiudizi, sono diventate vere campionesse. Atlete che esercitano il diritto di esprimere loro stesse, la propria forza e debolezza, superando i tabù per conoscersi sempre più in profondità.

*"Quando parliamo di libertà di movimento parliamo necessariamente anche di sport" – commenta Michela Marabini, Marketing Manager Intimate Hygiene – "Questo mondo, visto dal punto di vista femminile, ci mette di fronte a nuovi tabù da combattere insieme. Abbiamo scelto sei donne forti e coraggiose, ma soprattutto libere, che, conquistando i traguardi più importanti, hanno lottato contro i pregiudizi legati a contesti prettamente maschili. Siamo molto orgogliose di dare loro voce. La serenità con cui si sono aperte pubblicamente è sicuramente un esempio per tutte le ragazze e donne che si trovano ad affrontare sfide apparentemente insormontabili. Essere libere di muoversi significa avere la sicurezza di essere comprese e, allo stesso tempo, avere la forza di esprimersi al meglio in ogni contesto, anche il più ostico. Quando è il momento di farci sentire di più dobbiamo farlo, quando dobbiamo scendere in campo (qualsiasi campo) dobbiamo sentirci supportate, e Nuvenia vuole dare tutti gli strumenti possibili per far sì che questo avvenga".*

Il format da 120", innovativo e coinvolgente – ideato e diretto dall'agenzia di comunicazione integrata Next14 con strategia media guidata da Zenith – permetterà alle atlete di raccontarsi all'interno di uno spazio sicuro; il salotto di Nuvenia diventerà il palcoscenico delle sfide vinte e dei momenti di vulnerabilità che hanno reso queste donne delle vere campionesse. Le puntate saranno on air su Real Time (canale 31) e Food Network (canale 33), canali del gruppo Warner Bros, e Discovery a partire da lunedì 19 giugno, dal lunedì al venerdì dalle 19.30, con replica nella fascia del pranzo e nuovi episodi a settembre.

*"Siamo felici di aver lavorato con Nuvenia per la realizzazione di questo progetto che conferma quanto lo storytelling sia uno degli strumenti più efficaci per poter raccontare i valori di una brand. Valori che oggi sono il vero elemento distintivo di qualunque marca che vuole parlare ai suoi consumatori. Nuvenia ha saputo da sempre valorizzare i suoi valori e parlare non semplicemente alle sue consumatrici ma soprattutto alle donne, tutte!" – dichiara Matteo Scortegagna, responsabile New Business e Co-founder di Next14*

Un'occasione per parlare di passione sportiva ma anche di quotidianità: quanto è importante sentirsi protette, sicure e libere di vivere ogni giorno al meglio e con serenità, di parlare del rapporto con il proprio corpo, dei tabù legati a questo tema, magari con allenatori uomini.

### **Le protagoniste scelte da Nuvenia:**

**Danielle Madam Pesista.** Cinque volte campionessa italiana vive lo sport e il suo corpo come strumento di libertà. È grazie all'atletica che ha superato il periodo più difficile della sua vita. La sua favola è una continua sfida per dar voce ai diritti di tutte e tutti quelli che vivono in difficoltà.

**Vanessa Ferrari, Ginnasta.** Campionessa olimpica e vincitrice di tutti i più importanti circuiti. Vanessa ha superato malattie e infortuni tornando sempre a vincere imparando ad ascoltarsi e a trovare il suo equilibrio, soprattutto in volo.

**Antilai Sandrini, Break Dancer.** Antilai non riesce a smettere di vincere, in qualunque disciplina si cimenti. È attuale campionessa italiana di wushu kung fu, ma è una fuoriclasse anche nella Break Dance, la disciplina che sta ottenendo grande visibilità proprio dall'inserimento nelle Olimpiadi del 2024, per le quali B-girl Anti si sta preparando.

**Arianna Talamona, Nuotatrice Paraolimpica.** Argento nel nuoto staffetta alle Paralimpiadi di Tokyo 2020 è laureata in psicologia con una tesi sulla Disabilità e relazioni intime: la percezione di coppie con partner disabili.

**Laura Lugli, Pallavolista.** La sua battaglia ha oltrepassato i confini dei nove metri ed è arrivata in tutte le case italiane. Grazie alla sua storia ora i diritti delle atlete che vogliono divenire madri sono al centro di un dibattito anche politico.

**Alice Bellandi, Judoka.** Campionessa mondiale ha parlato pubblicamente dei suoi problemi di bulimia e depressione che ha affrontato con coraggio e determinazione, chiudendo un capitolo della sua vita difficile. Prima delle olimpiadi di Tokyo ha fatto coming out presentando a tutti la sua fidanzata.

**Libera di Muoverti** è parte di una campagna, sui canali televisivi del gruppo WarnerBrosDiscovery e su Discovery+, a supporto della linea di Proteggi Slip Nuvenia che, grazie **alla tecnologia Cour V** garantiscono la massima libertà, in ogni movimento. Ciascun proteggi slip Nuvenia è traspirante come la biancheria di cotone e assorbe in un istante per mantenere la pelle fresca e asciutta. Il suo design sottile si adatta perfettamente alle forme di ogni donna<sup>+</sup> per un comfort quotidiano e una cura costante **della V-Zone**.

### **Essity**

Essity è un'azienda leader globale nei settori dell'igiene e della salute. Siamo impegnati nel miglioramento della vita delle persone attraverso prodotti e servizi sempre più mirati al benessere dell'individuo. Commercializziamo i nostri prodotti in circa 150 paesi tramite brand leader a livello globale quali TENA e Tork, oltre ad altri brand affermati come JOBST, Leukoplast, Libero, Libresse, Lotus, Nosotras, Saba, Tempo, Vinda e Zewa. Essity conta circa 46.000 dipendenti. Nel 2021 ha registrato un fatturato di circa 122 miliardi di SEK (12 miliardi di EUR). La società ha sede a Stoccolma, Svezia, ed è quotata al Nasdaq di Stoccolma. Essity si impegna nell'abbattere le barriere al benessere e intende contribuire ad una società più sana, sostenibile e circolare. Per maggiori informazioni visitare il sito: [www.essity.com](http://www.essity.com) o

### **Next14**

Next14 è uno dei principali gruppi italiani indipendenti nell'ambito della comunicazione integrata, leader nelle marketing technologies. Grazie ad una piattaforma tecnologica proprietaria e ad un approccio innovativo nell'offerta di servizi integrati, Next14 affianca i propri clienti in ogni esigenza di comunicazione e marketing attraverso strategie flessibili, contenuti rilevanti e una distribuzione media rigorosamente basata sui dati.