

ENGAGE

- [Campagne](#)

01/04/2021

di Alessandra La Rosa

Hoover punta sul digital per la nuova campagna dedicata alla gamma H-Purifier

In campo promo, contest, iniziative online con il coinvolgimento di influencer e una pianificazione ad hoc a supporto



Hoover lancia la nuova campagna pubblicitaria #Purelife dedicata alla gamma H-Purifier

Hoover lancia **#Purelife**, la nuova campagna di comunicazione dedicata alla nuova gamma di **purificatori d'aria H-Purifier**: promo, contest e iniziative digital si affiancheranno al racconto dell'esperienza di chi ha provato i purificatori d'aria del brand e la validità delle soluzioni che propone per gli spazi indoor e per contrastare i fenomeni allergici.

Incentrata sul valore e sull'attenzione al benessere, alla salute e alla qualità della vita, che parte dall'aria che respiriamo all'interno delle nostre case, **#Purelife** rappresenta per Hoover una traduzione perfetta della mission del brand: raggiungere e incontrare le necessità di tutti coloro che cercano prodotti performanti, di qualità e connessi, da inserire in un contesto familiare sano.

La campagna di comunicazione, che ha una forte accezione digitale, si sviluppa prevalentemente sui social di Hoover e sui profili dei testimonial d'eccezione scelti per questa specifica iniziativa: protagonisti di contenuti, video e post con H-Purifier saranno **Martina Colombari, Maddalena Corvaglia, Simone Rugiati, Elena Santarelli, Melissa Satta e The Pozzoli Family**, che verranno "sorpresi" dagli alert di H-Purifier che, una volta attivatosi, purificherà l'aria e migliorerà la qualità del loro ambiente domestico.

Oltre a questi contenuti, che saranno live a partire dal 2 aprile, Hoover ha sviluppato una **strategia digital a 360°** in cui è prevista la creazione di un piano editoriale social specifico, sostenuto a sua volta da una **campagna display, RTB video e SEM**.

Completano gli asset della campagna la promo "Purificati o Rimborsati" - attiva per tutti coloro che acquisteranno un purificatore della gamma H-Purifier entro il 30 giugno 2021 - e la possibilità di iscriversi ad un contest in cui all'acquisto di uno dei prodotti di Hoover dedicati alla pulizia ed igiene della casa ogni consumatore può partecipare all'estrazione di un H-Purifier 300. I 20 vincitori del concorso saranno premiati in una location originale, un vero e proprio corner #Purelife in un parco milanese agli inizi dell'estate.

Il progetto ha beneficiato del coinvolgimento di **Uniting Group**, gruppo indipendente di agenzie di comunicazione che ha contribuito alla parte creativa, operativa e strategica.

"Con #Purelife, Hoover vuole aiutare a trovare equilibrio e serenità negli spazi in cui viviamo e mostrare come con semplicità si possa migliorare la qualità dell'aria negli ambienti interni - sottolinea **Sabrina Zara**, Marketing Director Italia di Haier Europe - Miriamo a raggiungere sia i Quality Seeker, che cercano prodotti performanti con soluzioni intelligenti, che gli Home Sweet Home, che pongono la famiglia e la casa al centro del loro stile di vita. La campagna nasce per sensibilizzare e raccontare in modo coinvolgente ed empatico la necessità di abbattere gli agenti inquinanti, i pollini e gli allergeni indoor, attraverso una serie di istantanee dei nostri Ambassador, che racconteranno la versatilità di H-Purifier e di come si adattano alla vita di tutti i giorni".

Credits:

Hoover:

- Sabrina Zara – Italy Marketing Director - Haier Europe
- Atena Manca – Hoover Brand Manager Europe

Uniting Group:

- Client Director: Luca Colombi
- Head of Strategy: Alice Cavalcoli
- Direzione Creativa: Totò Livecchi, Leonardo Bonaccorso
- Senior Copywriter: Nicoletta Sorge
- Senior Art Director: Giorgio Bianco, Gokcen Dadas
- Senior Account: Valentino Riccio
- Senior Account e Influencer Specialist: Alice Lorusso
- Senior Producer: Davide Salamina