

# NATUZZI ITALIA

## NATUZZI ITALIA HARMONY MAKER

*Presentata la nuova campagna di comunicazione che racconta il DNA della marca*

**Milano, 5 novembre 2015 – Harmony Maker** è questo il titolo della nuova campagna di comunicazione presentata da Natuzzi Italia, il brand dell'arredamento più conosciuto al mondo tra i consumatori di beni di lusso\*.

L'idea creativa sviluppata da GreyUnited parte dal concetto di **armonia** che rappresenta l'archetipo su cui si sviluppa il **dna del brand**: Natuzzi coniuga design e funzioni per creare una perfetta armonia negli spazi. Il concept portante è dunque l'armonia tra oggetti, un'armonia da vivere in casa, che fa di Natuzzi un "Harmony Maker", claim scelto per la nuova campagna.

L'anima di Natuzzi Italia è nell'incontro di queste due parole perché harmony è un concetto, è astratto, aspirazionale, maker invece è concreto, esprime artigianalità, un fare sincero.

Set d'eccezione è la Puglia, con i suoi meravigliosi colori: rappresenta infatti la "musa ispiratrice" del brand, una terra con cui l'azienda ha un legame forte e vitale, un elemento imprescindibile per capire l'essenza che da sempre anima e identifica il marchio.

La campagna è stata ideata da GreyUnited, in stretta collaborazione con la Direzione Marketing e Comunicazione e il Centro Stile Natuzzi.

*"Con la campagna Harmony Maker - afferma Pasquale Natuzzi - abbiamo voluto andare oltre il prodotto e raccontare al mondo il DNA della marca Natuzzi. Crediamo fortemente in quello che siamo, nei nostri cinquantasei anni di storia e nella nostra capacità di creare spazi intrisi di bellezza, perché sono convinto che il bello renda felici le persone. Lo abbiamo fatto ispirandoci alla nostra terra: la nostra Puglia, la nostra musa".*

*"Questa campagna - dice Pino Rozzi CEO di GreyUnited - è l'inizio di un lavoro estremamente sfidante, cominciato più di un anno fa, che ci ha portato a ridefinire insieme al cliente il posizionamento della marca a livello globale, e a portare in comunicazione quelli che da sempre sono i tratti unici di Natuzzi; quei tratti che in un contesto altamente competitivo si distinguono per le profonde radici che affondano nel fertile terreno della Puglia".*

La nuova campagna, coordinata dal centro media Natuzzi, si sviluppa su una piattaforma di comunicazione integrata che si focalizza soprattutto sui canali digitali con un investimento complessivo mondiale di oltre 10 milioni di euro per il 2016.

\* fonte ipsos-lagardère

# NATUZZI

## ITALIA

### CREDITS

Grey United:

**Direzione Creativa Esecutiva:** Pino Rozzi  
e Roberto Battaglia.

**Head of Strategy:** Gaetano De Marco

**Direttore Creativo Associato:** Massimo Verrone

**Client Service Director:** Silvia Cazzaniga

**Account Supervisor:** Matilde Dettin

Natuzzi:

**Natuzzi:**

**Chief Brand Officer:** Gianluca Pazzaglini

**Executive Producer and Creative Director:**  
Pasquale Jr Natuzzi

**Trade and Marketing Manager:** Rocco Rella

**Interior Decorator:** Annamaria Nigro Boccardi

**Production and Account manager:** Antonella Disanto

**Media Manager:** Ettore Lascaro

**Art Director:** Anastasia Lysak, Mariantonietta Petruzzi,  
Christian Urso

**Natuzzi Merchandising team**

I testi sono stati curati da Valeria Canavesi.

La fotografia è di Joseph Cardo per i 5 soggetti scattati presso L'Abbazia San Vito di Polignano a Mare.

### UFFICIO STAMPA NATUZZI – HAVAS PR

**Valeria Conigliaro** 02. 85457038 - Valeria.conigliaro@havaspr.com

**Elisabetta Kluzer** 02.85457048 - Elisabetta.kluzer@havaspr.com

### NATUZZI PR

**Giancarlo Renna** 080.8820396 – grenna@natuzzi.com

### NATUZZI S.P.A.

*Il Gruppo Natuzzi, fondato nel 1959 da Pasquale Natuzzi, disegna, produce e vende una vasta collezione di divani, poltrone, mobili e complementi d'arredo per la casa. Con un fatturato di 461,4 milioni di euro nel 2014, il Gruppo Natuzzi è la più grande casa di arredamento italiana e unico player globale nel settore, con 8 stabilimenti produttivi, 12 uffici commerciali e oltre 1.100 punti vendita nel mondo. Etica e responsabilità sociale, innovazione, know-how industriale e la gestione integrata dell'intera catena del valore rappresentano i punti di forza che hanno reso il Gruppo Natuzzi leader di mercato. Natuzzi S.p.A. è quotata al New York Stock Exchange dal 13 maggio 1993. Il Gruppo è certificato ISO 9001 e 14001 (Qualità e Ambiente) e OHSAS 18001 (Sicurezza sui luoghi di lavoro).*