

DIVERSITY BRAND INDEX 2025

Winner Overall

DIVERSITY
BRAND SUMMIT

Per il suo impegno genuino e coraggioso sulla Diversity Equity Inclusion & Accessibility, espresso attraverso una campagna che ha saputo coinvolgere il mercato finale, lasciando il segno e impattando su awareness e recall, e conquistare al tempo stesso il Comitato Scientifico ed il Security Check Committee. Per aver avuto il coraggio di sfidare i tabù, attraverso stile e contenuti dirompenti e una rappresentazione finalmente variegata e realistica, puntando a ridurre la disinformazione e l'invisibilizzazione legate alla salute mestruale.

Per aver lavorato in modo consistente e rigoroso sulla dimensione del corpo e del genere, investendo in una ricerca estensiva, valorizzandone i dati e dimostrando, ancora una volta, come la chiave sia partire dalle persone, dai loro bisogni reali e non presunti.

Per la chiara volontà di colmare le profonde lacune educative emerse dalla ricerca, con la campagna "Non sono mai solo mestruazioni": un passo significativo verso l'inclusione e la diversità. Per aver dato vita a una campagna così meravigliosamente intersezionale, perché, dalle parole del Brand, "Non tutte le persone che hanno le mestruazioni sono donne, come chi è nato con un sesso biologico diverso rispetto alla propria identità di genere, e che non tutte le donne hanno il ciclo mestruale: vogliamo riconoscere e includere tutte le persone sottorappresentate che utilizzano i nostri prodotti, come le persone non binarie e transgender".

Infine, per la capacità di generare un impatto così necessario
il **Diversity Brand Award 2024 è assegnato a NUVENIA.**