

U-Power[®]

Don't worry... be happy!

CAMPAGNA

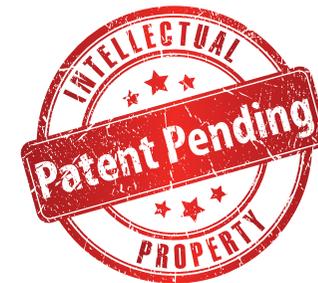
MEDIA

INTEGRATA

/Primavera 2019

RED  LION





A più di due anni dal lancio ufficiale sul mercato della nuova linea **RED LION**, **la scarpa da lavoro che ti restituisce energia**, il successo delle vendite è inarrestabile, assolutamente senza precedenti nel mondo della calzatura da lavoro.

Grazie all'inserimento nella suola dell'inserito in INFENERGY di BASF, materiale già utilizzato con incredibile successo nelle calzature running, le calzature della linea **RED LION UPOWER restituiscono oltre il 55% di energia ad ogni passo**, garantendo massimo comfort e reattività, con un effetto defaticante da mattina a sera.

Tempi prolungati in piedi, spostamenti a piedi su lunghe distanze stress da movimento e posture estreme non sono più un problema per chi usa le calzature RED LION di UPOWER, con un'ampia scelta di articoli per soddisfare tutte le richieste: calzature diverse tra loro, ma accomunate da un confort unico e inimitabile e da un incredibile effetto defaticante.

Dalla ristorazione all'edilizia, dall'artigiano alla logistica, per ogni ambiente di lavoro c'è un modello che risponde perfettamente alle esigenze di chi lavora.



3611 SPOT

PIANIFICAZIONE TV



Contatti 137.000.000



Contatti 82.300.000



Contatti 39.200.000



Contatti 10.300.000



Contatti 5.300.000

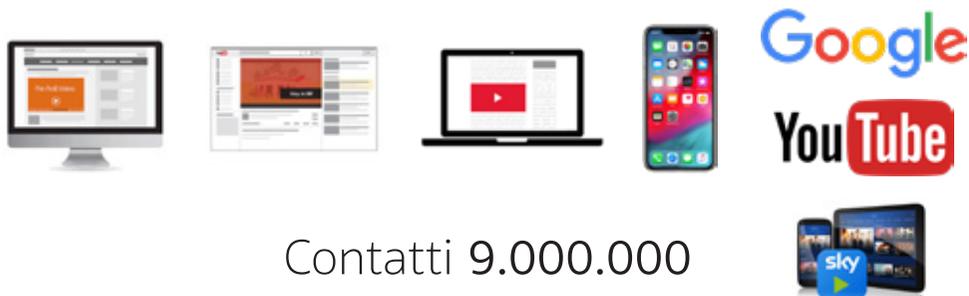


Contatti 28.000.000



Contatti 15.000.000

WEB



Contatti 9.000.000

Promuovere il video per raggiungere un target profilato, incrementando la brand awareness.
Su oltre 1000 siti internet e APP di sport, intrattenimento, informazione e shop on line.

PIANIFICAZIONE STAMPA QUOTIDIANI



Lettori 1.500.000



Lettori 3.400.000



Lettori 860.000

PRODOTTO	PROGRAMMAZIONE	PERIODO	SETTIMANE	CONTATTI	TOT. PASSAGGI SPOT
spot 5" + 60" + 5"		dal 01/04 al 06/04	1	82.300.000	18
spot 5" + 60" + 5"		12/05 - 14/05	1	10.300.000	6
spot 5" + 60" + 5"		08/04 - 14/04	2	5.300.000	7
spot 30" + 15"		dal 01/04 al 25/05	8	137.000.000	1800
spot 30" + 15"		dal 01/04 al 25/05	8	3.000.000	80
spot 15"		dal 01/04 al 18/05	7	28.000.000	30
spot 15"		dal 12/04 al 11/05	7	15.000.000	540
spot 15"		dal 12/04 al 26/05	8	15.000.000	80
spot 15"		dal 21/04 al 11/05	4	6.000.000	100
spot 15"		dal 07/04 al 20/04	1	5.000.000	50
spot 30" + 15"		dal 08/04 al 18/05	6	14.000.000	360
spot 30" + 15"		dal 08/04 al 18/05	6	8.200.000	199
spot 30" + 15"		dal 08/04 al 18/05	6	11.000.000	232
spot 15"		dal 08/04 al 18/05	6	6.000.000	109

3611

TV



CHAMPIONS LEAGUE

Ajax - Juventus
10/04



CHAMPIONS LEAGUE

Juventus - Ajax
16/04



Atalanta - Fiorentina
24/04



Finale
15/05

sky sport

31° giornata
06-08/04

sky sport

Liverpool - Chelsea
13/04



GP AZERBAIJAN
26-28/04

GP SPAGNA
10-12/05

GP MONACO
25-26/05



GP AMERICA
12-14/04

GP SPAGNA
3-5/05

GP FRANCIA
17-19/05

GP ITALIA
31/05 - 2/06



F1 GP
CINA
12-14/04

F1 GP
MONACO
25-26/05

MOTO GP
FRANCIA
17-19/05

MOTO GP
ITALIA
31/05 - 2/06

QUOTIDIANI SPORTIVI

QUOTIDIANO	FORMATO	POSIZIONE	DATA USCITA
	PAGINA INTERA	PAG. 7	01/04
	PIEDE	PAG. 3	09/04
	PIEDE	PAG. 3	20/04
	PIEDE	PAG. 3	30/04
	PIEDE	PAG. 2	05/05
	PIEDE	PAG. 3	13/05
	PIEDE	PAG. 3	21/05

QUOTIDIANO	FORMATO	POSIZIONE	DATA USCITA
 	PAGINA INTERA	PAG. 9	01/04
 	MAXI QUADROTTO	PAG. 7	08/04
 	PIEDE	PAG. 3	11/04
 	PIEDE	PAG. 3	28/04
 	PIEDE	PAG. 3	05/05
 	PIEDE	PAG. 3	13/05
 	PIEDE	PAG. 3	19/05

Contatti 24.618.000

Totale uscite: 21

Le disponibilità spazi e posizionamenti potrebbero subire delle variazioni



Pianificare una campagna integrata consente di:

- creare un positivo effetto di ridondanza del messaggio nel target
- “incontrare” l’utente in diversi contesti e accompagnarlo in diversi momenti della giornata accrescendo la percezione familiare del brand
- assolvere obiettivi di brand awareness e di engagement
- comunicare per un periodo prolungato sfruttando la sinergia tra i mezzi, garantendo continuità e ottimizzando i costi
- sfruttare la possibilità di pianificare diversi formati pubblicitari per dialogare e interagire con audience diverse

L'ANALISI DEI MEZZI

MEZZO	PLUS	MINUS
TV	<ul style="list-style-type: none">• possibilità di coniugare elevati livelli di copertura e di frequenza• costo relativamente basso per contatto• potenziale di creatività e espressività• velocità di penetrazione	<ul style="list-style-type: none">• elevata soglia di ingresso dell'investimento pubblicitario in termini assoluti• bassa selettività del target (TV generaliste)
QUOTIDIANI	<ul style="list-style-type: none">• prestigio e autorevolezza• flessibilità geografica• velocità di penetrazione• alta frequenza contatti grazie all'alta fedeltà al mezzo	<ul style="list-style-type: none">• lettura veloce e selettiva• elevato costo contatto• scarsa qualità di stampa
WEB	<ul style="list-style-type: none">• velocità di penetrazione• flessibilità geografica• target profilato• alta frequenza contatti grazie all'alta fedeltà al mezzo	<ul style="list-style-type: none">• lettura veloce e selettiva• elevata soglia di ingresso dell'investimento pubblicitario in termini assoluti



La pianificazione di una campagna stampa con i QUOTIDIANI SPORTIVI consente:

- raggiungimento del core Target
- sfruttare le immagini statiche per “fissare” i key points della calzatura
- opportunità di fare una “call to action” per indirizzare i consumatori verso i Red Lion Points
- comunicazione b2b: offrire un’importante visibilità ai partner e rivenditori con l’inserimento della loro attività sul prestigioso quotidiano
- sfruttare diversi formati impattanti, per offrire una comunicazione completa ed esaustiva del prodotto, dell’azienda e dei partner
- dati di READERSHIP altissimi. La Gazzetta dello sport è il quotidiano più letto nei BAR di tutta Italia
- legarsi ad eventi sportivi importanti, nei giorni pre e post gara, per garantire la massima esposizione

Corriere dello Sport- Stadio

READERSHIP
1.500.000 lettori

DIFFUSIONE
110.000 copie

Corriere dello Sport-Stadio è il quarto quotidiano italiano per numero di lettori: prevalentemente uomini di età compresa tra 25-44 anni ed appartenenti alla classe socio economica media/medio alta con penetrazione **particolarmente importante nel centro-sud**. La distribuzione geografica del prodotto consente di coniugare la nazionalità con l'attenzione per il territorio. Da un lato un marchio ed una diffusione che ne fanno un prodotto saldamente "nazionale", dall'altro lo sviluppo di più edizioni locali (ben otto) che integrano il prodotto nazionale venendo incontro alle diverse esigenze territoriali degli appassionati sportivi d'Italia.

La Gazzetta dello Sport

Tuttoilrosa  della vita

READERSHIP
3.400.000 lettori

DIFFUSIONE
220.000 copie

La Gazzetta dello Sport è il più popolare quotidiano italiano, è il **giornale più letto in assoluto** ed ha segnato il record storico di lettura fra i quotidiani italiani.

È il più letto dai giovani ed è diventato, a partire dal 2007, un giornale di prima lettura grazie all'introduzione delle notizie extrasportive che completano l'informazione sportiva, con una selezione di commenti sui fatti del giorno più importanti e di curiosità più leggere.

Da 120 anni appassiona i suoi lettori con la cronaca coinvolgente dei match, offre anticipazioni degli eventi o del calcio-mercato, inchieste su fenomeni legati allo sport, battaglie etiche, editoriali da parte di firme prestigiose e diffonde i valori positivi del Fair Play, regalando ogni giorno al suo pubblico una pausa di serenità: tutti questi ingredienti che incarnano lo spirito di La Gazzetta dello Sport, lo qualificano come **la più autorevole fonte di informazione nel e per il mondo dello sport**.

TUTTOSPORT

READERSHIP
860.000 lettori

DIFFUSIONE
69.1 00 copie

Fondato nel 1945 da Renato Casalbore, "**Tuttosport**" è il quotidiano di riferimento per tutti gli appassionati di eventi e personaggi legati al mondo dello Sport.

Tuttosport è disponibile in 2 edizioni (Nazionale, Nord-Ovest), con una diffusione capillare in tutto il territorio nazionale. Il giornale riserva ampi spazi e approfondimenti sia al mondo del calcio sia alle discipline sportive più rappresentative.

Proprio in riferimento al mondo calcistico, Tuttosport prevede una formula editoriale particolarmente completa ed incisiva, che spazia dai commenti sullo spettacolo espresso "sul campo" agli approfondimenti tecnici ed alle scelte di "calciomercato".

RED LION



YELLOW S1P



ORANGE S1P



POINT S1P



ACTIVE S1P



PUSH S1P



DEA S1P



SUMMER S1P



AXEL S1P



ADVENTURE S1P



GOING S1P



EMOTION S1P



MOVING S1P



CODY S1P ESD



HUMMER S3



YODA S3



INFINITY S3



KICK S3



LIFT S3



CARBON S3



SHOT S3



BOLT S3



CARTER S3



SPYKE S3



DHARMA S3



TIKI S3



BRAVE S3



SHAPE S3 ESD



CLUB S3 ESD



FACE S3 ESD



BOX S3



RING S3



SHOW S1P ESD



VEROK S1P



CHERRY S1P



LOLLY S1P



CANDY S3



JUNE S1



BLINK S3



LINKIN S3



GLACE S2



BLANCO S2



NOIR S2



ZELDA S2



MOON SB-E-A-FO



HARD S3



STRONG S3



MONSTER S3



KINDLE S3



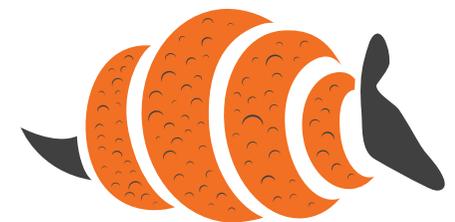
STEGO S3



RAPTOR S3



PRIME S3



HYPERTEX
- PUTEK TECHNOLOGY -



ATALANTA B.C. 2018/19

U-Power®

Don't worry... be happy!



OFFICIAL SPONSOR