

**U-Power<sup>®</sup>**

*Don't worry... be happy!*

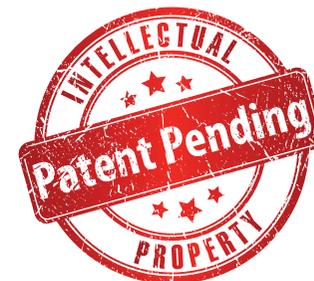


CAMPAGNA MEDIA INTEGRATA

AUTUNNO 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 138.100.000



Contatti 84.120.000



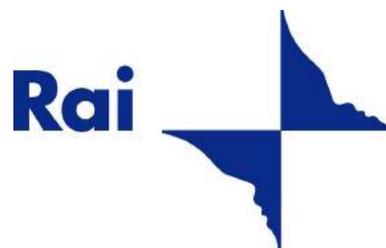
Contatti 39.200.000



Contatti 09.760.000



Contatti 6.100.000



Contatti 29.230.000

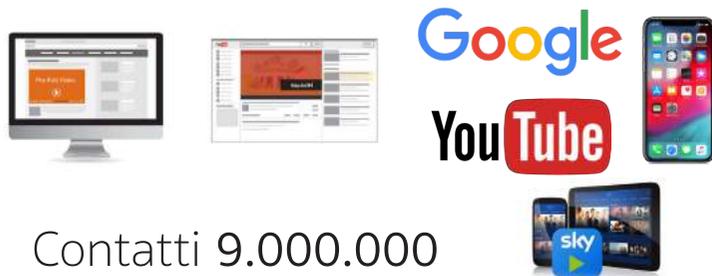


Contatti 15.000.000

WEB

RADIO

PIANIFICAZIONE STAMPA QUOTIDIANI



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.



La Gazzetta dello Sport

Tutto il rosa della vita

Lettori 3.400.000



Lettori 1.500.000 Lettori 860.000

# TV

PRODOTTO	PROGRAMMAZIONE	PERIODO	SETTIMANE	CONTATTI	TOT. PASSAGGI SPOT
spot 5" + 60" + 5"		dal 14/10 al 20/10	1	84.120.000	19
spot 5" + 60" + 5"		dal 01/10 al 03/11	1	9.760.000	5
spot 5" + 60" + 5"		dal 01/10 al 03/11	2	6.100.000	8
spot 30" + 15"		dal 01/10 al 03/11	8	138.100.000	1700
spot 30" + 15"		dal 01/10 al 03/11	8	3.050.000	60
spot 15"		dal 01/10 al 03/11	7	29.230.000	40
spot 15"		dal 01/10 al 03/11	7	15.000.000	520
spot 15"		dal 01/10 al 03/11	8	15.000.000	85
spot 15"		dal 01/10 al 03/11	4	6.000.000	120

# TV

PRODOTTO	PROGRAMMAZIONE	PERIODO	SETTIMANE	CONTATTI	TOT. PASSAGGI SPOT
spot 15"		dal 01/10 al 08/10	1	5.000.000	40
spot 30" + 15"		dal 01/10 al 05/11	6	14.000.000	310
spot 30" + 15"		dal 01/10 al 05/11	6	8.200.000	150
spot 30" + 15"		dal 01/10 al 05/11	6	11.000.000	200
spot 15"		dal 01/10 al 05/11	6	6.000.000	120

**3377**



# QUOTIDIANI SPORTIVI

QUOTIDIANO	FORMATO	POSIZIONE	DATA USCITA
	PAGINA INTERA	PAG. 7	dal 01/10 al 06/10
	PIEDE	PAG. 3	dal 01/10 al 06/10
	PIEDE	PAG. 3	dal 07/10 al 13/10
	MAXI QUADROTTO	PAG. 7	dal 07/10 al 13/10
	PIEDE	PAG. 3	dal 14/10 al 20/10
	PAGINA INTERA	PAG. 7	dal 14/10 al 20/10
	PIEDE	PAG. 3	dal 21/10 al 27/10
	MAXI QUADROTTO	PAG. 2	dal 21/10 al 27/10
	PAGINA INTERA	PAG. 7	dal 28/10 al 03/11
	PIEDE	PAG. 2	dal 28/10 al 03/11

QUOTIDIANO	FORMATO	POSIZIONE	DATA USCITA
	PAGINA INTERA	PAG. 9	dal 01/10 al 06/10
	PIEDE	PAG. 3	dal 01/10 al 06/10
	PAGINA INTERA	PAG. 3	dal 07/10 al 13/10
	MAXI QUADROTTO	PAG. 7	dal 07/10 al 13/10
	PAGINA INTERA	PAG. 9	dal 14/10 al 20/10
	PIEDE	PAG. 3	dal 14/10 al 20/10
	MAXI QUADROTTO	PAG. 7	dal 21/10 al 27/10
	PIEDE	PAG. 3	dal 21/10 al 27/10
	PAGINA INTERA	PAG. 9	dal 28/10 al 03/11
	PIEDE	PAG. 3	dal 28/10 al 03/11

Contatti 24.618.000

Totale uscite: 20

Le disponibilità spazi e posizionamenti potrebbero subire delle variazioni

# RADIO

EMITTENTE	MODULO	FASCIA ORARIA	DURATA SPOT	N° SPOT/ GIORNO	DURATA CAMPAGNA	PERIODO	TOTALE SPOT
	ROTAZIONE	6-24	20"	6	15gg 2 WEEKS LUN- VEN	dal 01/10 al 13/10	90
	ROTAZIONE	6-24	40"	5	15gg 2 WEEKS LUN- VEN	dal 01/10 al 13/10	75
	ROTAZIONE	6-24	5"	10	15gg 2 WEEKS LUN- VEN	dal 01/10 al 13/10	150

EMITTENTE	MODULO	FASCIA ORARIA	DURATA SPOT	N° SPOT/ GIORNO	DURATA CAMPAGNA	PERIODO	TOTALE SPOT
	ROTAZIONE	6-24	20"	6	15gg 2 WEEKS LUN- VEN	dal 01/10 al 13/10	90
	ROTAZIONE	6-24	40"	5	15gg 2 WEEKS LUN- VEN	dal 01/10 al 13/10	75
	ROTAZIONE	6-24	5"	10	15gg 2 WEEKS LUN- VEN	dal 01/10 al 13/10	150

EMITTENTE	MODULO	FASCIA ORARIA	DURATA SPOT	N° SPOT/ GIORNO	DURATA CAMPAGNA	PERIODO	TOTALE SPOT
	ROTAZIONE	8-20	20"	7	15gg 2 WEEKS LUN- VEN	dal 01/10 al 13/10	105



### **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"><li>• possibilità di coniugare elevati livelli di copertura e di frequenza</li><li>• costo relativamente basso per contatto</li><li>• potenziale di creatività e espressività</li><li>• velocità di penetrazione</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• elevata soglia di ingresso dell'investimento pubblicitario in termini assoluti</li><li>• bassa selettività del target (TV generaliste)</li></ul>
QUOTIDIANI	<ul style="list-style-type: none"><li>• prestigio e autorevolezza</li><li>• flessibilità geografica</li><li>• velocità di penetrazione</li><li>• alta frequenza contatti grazie all'alta fedeltà al mezzo</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• lettura veloce e selettiva</li><li>• elevato costo contatto</li><li>• scarsa qualità di stampa</li></ul>
WEB	<ul style="list-style-type: none"><li>• velocità di penetrazione</li><li>• flessibilità geografica</li><li>• target profilato</li><li>• alta frequenza contatti grazie all'alta fedeltà al mezzo</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• lettura veloce e selettiva</li><li>• elevata soglia di ingresso dell'investimento pubblicitario in termini assoluti</li></ul>
RADIO	<ul style="list-style-type: none"><li>• copertura giornaliera su gran parte della popolazione</li><li>• "empatia" e carattere amichevole, alta fidelizzazione del target</li><li>• capacità di raggiungere target eterogenei in diversi momenti della giornata e aree geografiche specifiche</li><li>• basso costo di produzione e contatto</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• capacità espressive limitate al suono</li></ul>



### 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

# STADIO Corriere dello Sport

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

Tutto il rosa  della vita

READERSHIP  
3.510.000 lettori

DIFFUSIONE  
240.000 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  
850.000 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".



**La pianificazione di una campagna radiofonica sui principali network garantisce:**

- un effetto ridondanza del messaggio a sostegno della pianificazione TV
- pianificare fasce orarie strategiche (drive time, info time) per mantenere stabile il ricordo e consolidare l'engagement del target nei confronti del brand
- strumento molto adatto alla “call to action” per spingere i consumatori a provare e acquistare il prodotto
- mantenere attiva e presente la comunicazione nei confronti del target per un periodo lungo e continuativo
- possibilità di declinare con grande efficacia lo spot televisivo in formato radiofonico



# RADIO



AQH 655.000  
GMI 4.647.000  
U7G 9.266.000



32,4%  
DONNE



67,6%  
UOMINI

51,7% Resp. Acquisto

%COMPOSIZIONE

4,1%	14-17 anni
10,3%	18-24 anni
25,7%	25-34 anni
30,1%	35-44 anni
18,8%	45-54 anni
7,7%	55-64 anni
3,3%	+64 anni

Fonte: Eurisko Radiomonitor 2016.1  
AQH in fascia 06.00-24.00  
GMI e U7G in fascia 06.00-30.00

## LA MUSICA BUONA E' SU RADIO 105

RADIO 105, tutta musica e divertimento, si afferma come la radio più ascoltata in assoluto dalle fasce giovani della popolazione, teens e youngAdults, e da parte del pubblico maschile (14-54 anni).

Premiano la fedeltà ed il gradimento di quelli che sono i programmi di punta: Lo Zoo di 105, Tutto Esaurito, Music&Cars e 105Friends.

RADIO 105 è un Sistema a tutto tondo che offre Webradio tematiche (legate a generi musicali specifici, alla Programmazione o a singoli artisti), webtv, anteprime musicali e tante iniziative speciali per la community!

Grazie all'APP ufficiale i contenuti sono fruibili ovunque: ascolto della Radio FM e della Web Radio, visione di video, podcast e photogallery per un'esperienza a 360°.



Radio Sportiva si rivolge a tutti gli appassionati di sportivi raccontando e commentando in real time fatti ed eventi sportivi.

- Informazione in tempo reale 24 ore su 24
- Aggiornamenti approfondimenti costanti
- Interviste, opinioni, confronti
- Interazione con i radioascoltatori

**Nel quarto d'ora medio registra il 93% di ascolto maschile, e il 64% di uomini 18-54 anni**

**Radio Sportiva** è l'emittente nazionale con la più alta affinità sul target UOMINI 25-64 ANNI



**R101** è un'emittente radiofonica FM italiana generalista nazionale privata. È all'undicesimo posto in classifica tra le radio più seguite.

# 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 CI**



**YODA S3 CI**



**INFINITY S3 CI**



**KICK S3 CI**



**LIFT S3 CI**



**CARBON S3 CI**



**SHOT S3 CI**



**BOLT S3 CI**



**CARTER S3 CI**



**SPYKE S3 CI**



**DHARMA S3 CI**



**TIKI S3 CI**



**BRAVE S3 CI**



**SHAPE S3 CI ESD**



**CLUB S3 CI ESD**



**FACE S3 CI ESD**



**RING S3**



**FLOYD S3 AN CI ESD**



**SHOW S1P ESD**



**VEROK S1P**



**CHERRY S1P**



**LOLLY S1P**



**CANDY S3 CI**



**JUNE S1**



**BLINK S3 CI**



**LINKIN S3 CI**



**GLACE S2**



**BLANCO S2**



**NOIR S2**



**ZELDA S2**



**MOON SB-E-A-FO**



**HARD S3 CI**



**STRONG S3 CI**



**MONSTER S3 CI**



**KINDLE S3 CI**



**STEGO S3 CI**



**RAPTOR S3 CI**



**PRIME S3 CI**



**HYPERTEX**  
- PUTEK TECHNOLOGY -



ATALANTA B.C. 2018/19

**U-POWER**<sup>®</sup>

*Don't worry... be happy!*



**DEA SIP**

**OFFICIAL SPONSOR**

