

U-Power[®]

Don't worry... be happy!



RED  360

CAMPAGNA MEDIA INTEGRATA

PRIMAVERA 2021 



RED  360 SKILLS

Energia e Vitalità

L'anima di questa scarpa rivoluzionaria è il sistema Infinergy che immagazzina oltre il 55% di energia e la restituisce ad ogni passo. L'accoppiata con il sottopiede WOW, in soffice mescola Dynamic di BASF con proprietà automodellanti, dona una vitalità rigenerata che ti accompagna nel corso di tutta la giornata!

Freschezza e leggerezza

Piedi sempre freschi e asciutti grazie alla tomaia morbida pelle scamosciata e inserti in mesh resistenti all'abrasione. La circolazione dell'aria costante garantisce alta traspirabilità e salute del piede, con una pelle sempre fresca e asciutta!

Comodità e comfort

Il sistema di allacciatura sulla fascia arco plantare in fresco tessuto LYCRA, di questa scarpa altamente innovativa, lavora in sinergia con la tomaia avvolgendo il piede come una calza, confortevole e protettiva!

Stabilità e Tecnologia

La clip sul tallone con tecnologia SHIELD offre stabilità al piede ammortizzando gli urti e le pressioni. Questo scudo anti-shock, traspirante e resistente all'acqua è l'arma in più che avrai ai tuoi piedi!

Battistrada e Trazione multidirezionale

Il disegno del battistrada in PU compatto anti-abrasione garantisce presa sul terreno e stabilità del grip con una resistenza allo scivolamento ottimale dello 0,68.

3098 SPOT

PIANIFICAZIONE TV



Contatti 180.200.000



Contatti 35.230.000



Contatti 42.000.000



Contatti 82.180.000

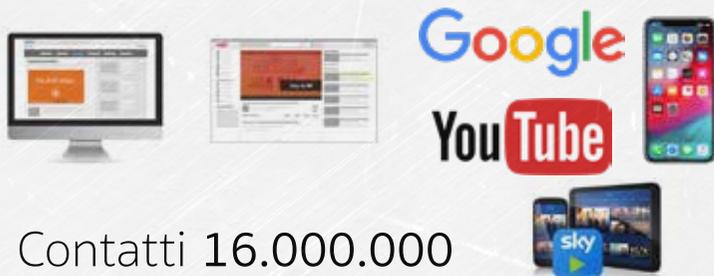


Contatti 39.200.000

WEB

SOCIAL

PIANIFICAZIONE STAMPA QUOTIDIANI



Contatti 16.000.000

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 30" + 20"	 MEDIASET	dal 02/05 al 29/05	4	180.200.000	1500
spot 60"	 STRISCI la notizia	dal 02/05 al 08/05	1	82.180.000	12
spot 30" + 20"	 DAZN	dal 02/05 al 29/05	4	35.230.000	16
spot 30" + 20"	 sky sport	dal 02/05 al 29/05	4	42.000.000	790
spot 30" + 20"	 DMAX	dal 02/05 al 29/05	4	14.000.000	310
spot 30" + 20"	 NOVE	dal 02/05 al 29/05	4	11.000.000	150
spot 30" + 20"	 MOTORTREND	dal 02/05 al 29/05	4	8.200.000	200
spot 30" + 20"	 Discovery CHANNEL	dal 02/05 al 29/05	4	6.000.000	120

3098



QUOTIDIANI SPORTIVI

QUOTIDIANO	FORMATO	POSIZIONE	DATA USCITA
 <small>Tutto il rosa della vita</small>	MEZZA PAGINA	PAG. 7	dal 02/05 al 29/05
		PAG. 3	
		PAG. 3	
		PAG. 7	
		PAG. 3	
		PAG. 7	
		PAG. 3	
		PAG. 2	
		PAG. 7	
		PAG. 7	
		PAG. 3	
		PAG. 3	
		PAG. 3	
		PAG. 7	
		PAG. 7	
		PAG. 2	
		PAG. 7	
PAG. 2			
PAG. 7			
PAG. 2			
PAG. 7			
PAG. 2			

QUOTIDIANO	FORMATO	POSIZIONE	DATA USCITA
	MEZZA PAGINA	PAG. 9	dal 02/05 al 29/05
		PAG. 3	
		PAG. 3	
		PAG. 9	
		PAG. 3	
		PAG. 9	
		PAG. 3	
		PAG. 2	
		PAG. 9	
		PAG. 7	
		PAG. 3	
		PAG. 3	
		PAG. 2	
		PAG. 9	
		PAG. 7	
		PAG. 2	
		PAG. 7	
PAG. 2			
PAG. 9			
PAG. 2			

Contatti 32.458.000

Totale uscite: 40

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

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
3.510.000 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".

RED 360 COLLECTION



NEGAN S1P ESD



SNIPER S1P ESD



RYDER S1P ESD



GANG S1P ESD



SABER S1P ESD



KATE S1P ESD



SPECTER S1P ESD



ARON S1P ESD



CURRY S1P ESD



BLASTER S1P ESD



MASON S1P ESD



RICK S3 CI ESD



DUKE S3 CI ESD



JORDAN S3 CI ESD



DARYL S3 CI ESD



NAOS S3 CI ESD



STRIKE S3 CI ESD



BYRON S3 CI ESD



ARDEN S3 CI ESD



RUSH S3 CI ESD



MILO S3 CI ESD



KRUG S3 CI ESD



PROJECT S3 CI ESD



ZORBI S3 CI ESD



JACOB S3 CI ESD



MARLIN S3 CI ESD



HARRY S3 CI ESD



BRYAN S3 CI ESD



SVEN S3 CI ESD



TUCKER S3 CI ESD



U-Power Stadium

OFFICIAL SPONSOR 2020/2021