



U-POWER[®]

Don't worry... be happy!

#TROPPOCOMODE

RED PREMIUM

CAMPAGNA MEDIA INTEGRATA

primavera 2023



skills

→ **INFINERGY**

L'anima di questa scarpa rivoluzionaria è la tecnologia Infinergy® che immagazzina oltre il 55% di energia e la restituisce ad ogni passo. Nato per il mondo del running, Infinergy® trasforma l'ammortizzazione tradizionale in ammortizzazione dinamica, che sfrutta il movimento del piede per immagazzinare l'energia nella fase di aderenza al suolo e restituirla quando il piede si spinge in avanti.

→ **COMFORT PREMIUM**

Il comfort è assicurato dalla fodera in morbida pelle di vitello bianca che assicura un alto livello di comodità e benessere prolungato. Red Premium rappresenta la collezione U-Power più comoda di sempre grazie al mix tra morbida fodera in pelle e Infinergy®.

→ **DESIGN**

Di derivazione sportiva, il look accattivante di questa calzatura è contraddistinto da una tallonetta di rinforzo, copripuntale antiabrasione in poliuretano e logo in rilievo.

ARTICOLI IN CAMPAGNA

RED PREMIUM

EGON

RN20016 - S1P SRC ESD



U-SUP

U-Power

U-Power

COLLEZIONE

RED PREMIUM

#TROPPOCOMODE



EGON

S1P SRC ESD RN20016



ELVIS

S1P SRC ESD RN20026



ICARUS

S1P SRC ESD RN20046



IRVIN

S1P SRC ESD RN20036



MOKI

S1P SRC ESD RN20056



IVY

S1P SRC ESD RN20126





BARRET

S3 SRC CI ESD RN10064



DAKOTA

S3 SRC CI ESD RN20064



FANTOM

S3 SRC CI ESD RN10074



KALEO

S3 SRC CI ESD RN20074



KENT

S3 SRC CI ESD RN10084



JAGO

S3 SRC CI ESD RN20084



CALEB

S3 SRC CI ESD RN10094



ZAK

S3 SRC CI ESD RN20094



ERMES

S3 SRC CI ESD RN20104



XENO

S3 SRC CI ESD RN20114





ARTICOLI IN CAMPAGNA

wear

Gilet Wall

- Gilet idrorepellente con imbottitura in grafene che grazie alle sue proprietà di termoregolazione favorisce l'omogenea distribuzione del calore rendendo il capo adatto a qualsiasi condizione climatica.
- Insetti laterali in morbido softshell elasticizzato per aumentare la comodità.
- Due tasche frontali chiuse con zip. Tasca verticale sul petto chiusa con zip e tasca interna chiusa con velcro.
- Fondo e giro maniche in tessuto elasticizzato. Chiusura centrale con zip.

Composizione

Esterno: 100% poliestere pongee microristop 240T

• 110 gr/m²

imbottitura: 100% poliestere fibra di grafene

Fodera: 100% nylon



Pantalone Harmony

- Pantalone con vestibilità jogging in tessuto U-4 (U-Power 4 way stretch) molto comodo, resistente alle lacerazioni, morbido sulla pelle, idrorepellente, altamente traspirante, asciuga rapidamente.
- Insetti elasticizzati in vita e sul fondo per offrire una vestibilità comoda.
- Due ampie tasche anteriori, due tasche multifunzionali frontali chiuse con zip.
- Bottone antigraffio e battitacco anti usura.

Composizione:

86% nylon, 14% spandex

140 gr/m²



code: **FU278AG**
col.: **ASPHALT GREY**



code: **FU249BC**
col.: **BLACK CARBON**



code: **FU249DG**
col.: **DARK GREEN**



code: **FU281AG**
col.: **ASPHALT GREY**



code: **FU281BC**
col.: **BLACK CARBON**



code: **FU281DG**
col.: **DARK GREEN**

STRATEGIA INTEGRATA

media

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.



TV

5782 Spot Pubblicitari

Danno la possibilità di coniugare elevati livelli di copertura e di frequenza e una rapida penetrazione dell'utenza. Inoltre, è il mezzo con il maggiore potenziale di creatività e espressività.

Striscia la Notizia: 82 MLN contatti

Mediaset: 180 MLN contatti

DAZN: 35 MLN di contatti

La 7: 40 MLN di contatti

Discovery: 40 MLN di contatti

Sky: 42 MLN di contatti

PRINT

41 uscite editoriali

Conferiscono prestigio e autorevolezza al brand, permettendo flessibilità geografica, una veloce penetrazione e un'alta frequenza contatti grazie all'alta fedeltà al mezzo

Gazzetta dello sport

3.400.000 di lettori

• **Corriere della Sera**

2.030.000 di lettori

• **Corriere dello sport**

1.500.000 di lettori

• **Tuttosport**

860.000 di lettori

DIGITAL

16 MLN di contatti

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.

- Velocità di penetrazione;
- Flessibilità geografica;
- Target profilato;
- Alta frequenza contatti grazie all'alta fedeltà al mezzo.

STRATEGIA INTEGRATA

tv

FORMATO	PROGRAMMAZIONE	PERIODO	SETT.	CONTATTI	TOT. SPOT
spot 30" + 20"		Dal 17/04 al 23/04	1	82.000.000	42
spot 30" + 20"		Dal 23/04 al 13/05	3	180.000.000	2500
spot 30"+20"		Dal 23/04 al 13/05	3	35.000.000	40
spot 30"+20"		Dal 23/04 al 13/05	3	40.000.000	850
spot 30"+20"		Dal 23/04 al 13/05	3	42.000.000	1500
spot 30"+20"		Dal 23/04 al 13/05	3	40.000.000	850

5782
spot



STRATEGIA INTEGRATA

print

La Gazzetta dello Sport
Tutto il rosa della vita

READERSHIP
3.510.000 lettori

DIFFUSIONE
240.000 copie

20 uscite

Corriere dello Sport
STADIO

READERSHIP
1.500.000 lettori

DIFFUSIONE
110.000 copie

10 uscite

TUTTOSPORT

READERSHIP
850.000 lettori

DIFFUSIONE
69.100 copie

10 uscite

CORRIERE DELLA SERA

READERSHIP
2.000.000 lettori

DIFFUSIONE
300.000 copie

1 uscita



U-Power Stadium

OFFICIAL SPONSOR 2022/2023

ACMONZA

RED  PREMIUM

CAMPAGNA MEDIA INTEGRATA
LOTTO
primavera 2023

