

U-Power
LIFESTYLE

U-Lite



**CAMPAGNA MEDIA
INTEGRATA**

Febbraio 2025 

www.u-power.it



U.Lite



EVA

→ **LEGGEREZZA**

Quando si parla di calzature, l'EVA è uno dei materiali più utilizzati per creare soles confortevoli e resistenti. Questa tecnologia è diventata un must-have per le scarpe sportive e da lavoro, ma non solo.

Grazie alle sue proprietà di morbidezza e flessibilità, l'EVA offre un'ottima ammortizzazione e un elevato indice di assorbimento degli impatti e delle vibrazioni. Inoltre, la sua resistenza all'abrasione, all'usura e alla deformazione lo rende adatto anche per un uso quotidiano.

Le soles in EVA sono leggere e durature nel tempo, idrorepellenti, igieniche e resistenti agli agenti chimici. Le soles in EVA sono molto apprezzate per le loro qualità, la durevolezza e la leggerezza.

Inoltre, supportano l'anatomia naturale del piede e garantiscono un comfort ottimale.

U.Lite

HESTON GREEN



US20289 *OB E FO SR*

AARON



US20229 *OB E FO SR*

JACKIE BLUE



US20269 *OB E FO SR*

GORDON



US20209 *OB E FO SR*

HESTON GREY



US20299 *OB E FO SR*

JOAN



US20239 *OB E FO SR*

JACKIE YLW



US20279 *OB E FO SR*

HESTON



US20219 *OB E FO SR*

HESTON SAND



US20399 *OB E FO SR*

FERRAN



US20249 *OB E FO SR*

JACKIE PNK



RV20259 *OB E FO SR*

INFINERGY

JOEL



US20409 *OB E FO SR*

DAVID



US20439 *OB E FO SR*

JESSE



US20449 *OB E FO SR*

ALLYSON



US20419 *OB E FO SR*

MARTIN



US20429 *OB E FO SR*

JACKIE GRY



US20489 *OB E FO SR*

JACKIE NAT



US20499 *OB E FO SR*

JACKIE NVY



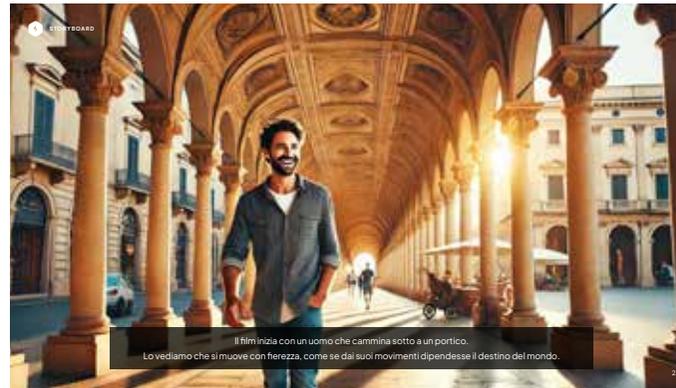
US20509 *OB E FO SR*



Una comodità che ti svolta la giornata.

Lo spot avrà come protagonista un uomo che ha il potere di trasformare ogni situazione, semplicemente cambiando le scarpe dei passanti che incontra e mettendo loro un paio di U.Lite.

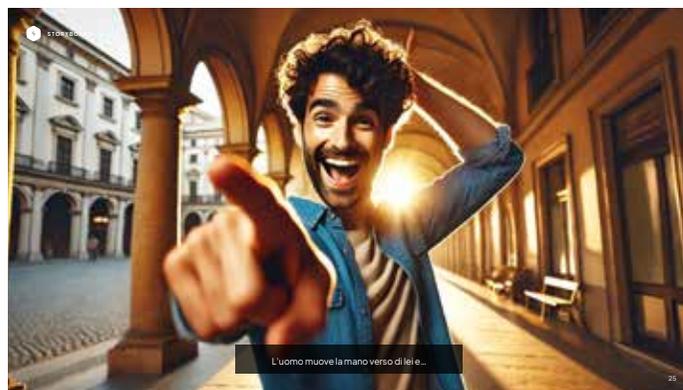
Le scarpe diventano quindi il mezzo che ti fa stare bene, alleggerendo le tue giornate e adattandosi a ogni tipo di target.



Il film inizia con un uomo che cammina sotto ad un portico. Lo vediamo che si muove con fierezza, come se dai suoi movimenti dipendesse il destino del mondo.



In effetti dopo qualche passo incrocia una quarantenne molto seria che cammina sulle sue scarpe alte.



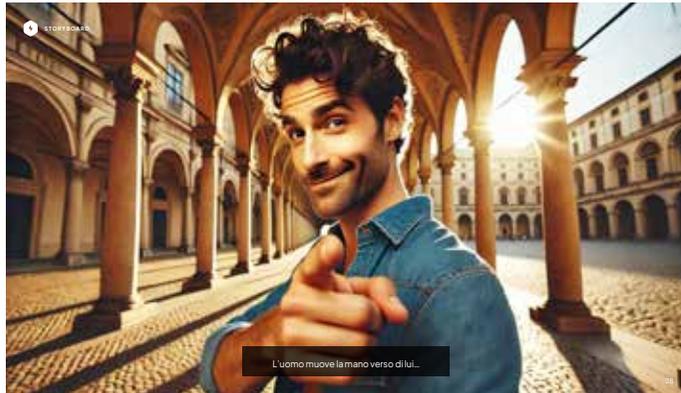
L'uomo muove la mano verso di lei...



... e improvvisamente le sue scarpe si trasformano in un paio di U.Lite, cambiandole il mood. La vediamo che cammina sorridendo.



L'uomo continua a passeggiare e incontra un signore distinto, sulla sessantina, che sta scendendo di corsa delle scale con aria imbronciata.



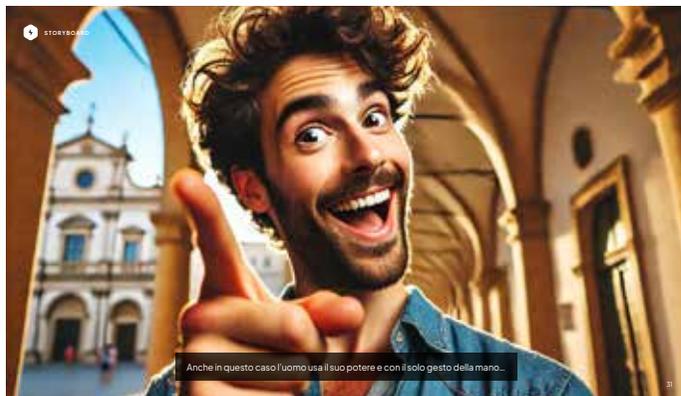
L'uomo muove la mano verso di lui...



... e magicamente le sue scarpe si trasformano in un paio di U. Lite. Anche la sua attitudine cambia e lo vediamo scendere gli ultimi gradini con maggiore leggerezza.



Infine incontra anche una coppia sulla trentina. Il ragazzo si avvicina alla ragazza per invitarla a ballare un tango.



Anche in questo caso l'uomo usa il suo potere e con il solo gesto della mano...



... compaiono ai piedi della ballerina un paio di U. Lite. La ragazza sorride e inizia a ballare con maggiore sicurezza. Su questa scena ascoltiamo il protagonista che dice: " Le nuove U. Lite hanno il potere di farti sentire leggero".



Il protagonista guarda in camera e dice: "Comfort is power. Scopri le U. Lite nei migliori negozi di scarpe".

MEDIA

Pianificare una campagna media consiste nel:

- 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

4540 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.

Mediaset: 180 MLN di contatti

DAZN: 35 MLN di contatti

Sky: 42 MLN di contatti

Discovery: 40 MLN di contatti

PRINT

31 uscite editoriali

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

Gazzetta dello sport

3.510.000 di lettori

Corriere della Sera

2.030.000 di lettori

Corriere dello sport

1.500.000 di lettori

Tuttosport

860.000 di lettori

DIGITAL

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.

TV

FORMATO	PROGRAMMAZIONE	PERIODO	SETT.	CONTATTI	TOT. SPOT
spot 30" + 20"	 	Dal 23/02 al 22/03	4	180.000.000	2000
spot 30" + 20"		Giornata 27-28-29 di campionato serie A	3	35.000.000	40
spot 30" + 20"		Dal 23/02 al 22/03	4	42.000.000	1000
spot 30" + 20"		Dal 23/02 al 22/03	4	40.000.000	1500

4540
SPOT

PRINT

STRATEGIA INTEGRATA



La Gazzetta dello Sport <small>Tutto il rosa della vita</small>	READERSHIP 3.510.000 lettori	DIFFUSIONE 240.000 copie	14 uscite
STADIO Corriere dello Sport	READERSHIP 1.500.000 lettori	DIFFUSIONE 110.000 copie	8 uscite
TUTTOSPORT	READERSHIP 860.000 lettori	DIFFUSIONE 69.100 copie	8 uscite
CORRIERE DELLA SERA	READERSHIP 2.030.000 lettori	DIFFUSIONE 300.000 copie	1 uscita

31

USCITE EDITORIALI

DIGITAL

- U-Power ha sempre intrapreso **iniziative digital** a supporto delle campagne televisive e cartacee, in modo da ottimizzare la copertura e garantire un'ampia visualizzazione del prodotto e una maggiore brand awareness.
- La presenza di U-Power è **multicanale** poichè utilizza tutti i mezzi social come Instagram, Facebook, LinkedIn, TikTok, YouTube e X. Vengono utilizzati questi mezzi per tenere sempre aggiornati gli utilizzatori finali sui nostri prodotti e iniziative.
- **YouTube** viene utilizzato come mezzo di educazione per i rivenditori e gli utenti finali. Nei video vengono presentati i nuovi prodotti e le nuove linee, andando ad approfondire tecnologie, materiali e possibili utilizzi, cosicchè la scelta della scarpa sia sempre la più funzionale rispetto all'ambito di utilizzo e al lavoro praticato.



SOCIAL MEDIA



U-Power Stadium

OFFICIAL SPONSOR 2024/2025



AC MONZA

OFFICIAL SPONSOR 2024/2025



CAMPAGNA MEDIA INTEGRATA

U.Lite

U-Power
LIFESTYLE
www.u-power.it

FEBBRAIO 2025

