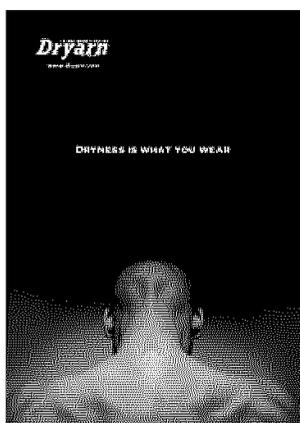


L'AZIENDA ALLARGA LA SUA COMUNICAZIONE RIVOLGENDOSI AGLI SPORTIVI

Dryarn, campagna online e presenza su Facebook

PIANIFICAZIONE INTERNA, FIRMA CREATIVA DI LI LU E BAO HONGBIN. PREVISTE SINERGIE CON I BRAND

Dryarn è la fibra più leggera esistente in natura, è dermatologicamente testata ed è 100% riciclabile, caratteristiche che la rendono ideale per svariate applicazioni e che, soprattutto nel mondo dello sportswear, hanno permesso di introdurre nell'abbigliamento tecnico un nuovo concetto di comfort. Per creare awareness sul brand, già utilizzato dai migliori marchi dello sportswear, oggi **Dryarn** allarga il tar-



La creatività dell'adv

get della propria comunicazione rivolgendosi agli sportivi. Oltre alla campagna stampa, pianificata sulle principali riviste nazionali del set-

tore tessile e sulle principali riviste di sport, dedicate in primo luogo al bike e al running, **Dryarn**, in un'ottica di consolidamento della brand awareness, ha sviluppato una strategia di marketing 2.0 che si affianca all'advertising classico. Non solo adv online, dunque, ma anche **Facebook** gioca un ruolo determinante. Il profilo nasce proprio con l'intento di stringere relazioni sempre più forti e dirette con gli sportivi, creando un dialogo

costante con chi indossa i capi tecnici. La creatività della campagna, di respiro internazionale, porta la firma di **Li Lu** e **Bao Hongbin** con adattamento al web della divisione grafica di **Dryarn**. Il visual parla *in absentia* in modo però chiaro e univoco e diventa ancora più evocativo perché tutte le performance legate all'utilizzo di **Dryarn** e di conseguenza di un capo realizzato con questa fibra sono rias-

sunte dalle piccole gocce di sudore che scivolano sul collo, l'unica parte che resta scoperta durante la pratica sportiva che presupponga l'utilizzo di t-shirt o di un capo tecnico. Anche la pianificazione è realizzata internamente dalla divisione marketing e per quanto concerne il web coinvolge i principali motori di ricerca, siti di quotidiani sportivi e siti di riviste a target sportivo. Sono previste inoltre sinergie in rete con alcuni marchi del settore.