

Panasonic “fa squadra” con Olimpia Milano

L'azienda giapponese entra nel pool degli sponsor di Olimpia Milano con attività di comunicazione a supporto della gamma Panasonic Men Care

Milano, 15 Ottobre 2015 – E' la squadra di basket più titolata d'Italia e tra i top team a livello europeo: **Olimpia Milano, per tutto il Campionato 2015-16, sarà sponsorizzata da Panasonic in qualità di “partner commerciale”.**

L'azienda giapponese detiene i diritti del prestigioso team per molteplici attività di comunicazione a coinvolgimento della squadra e di alcuni top players: Alessandro Gentile, Bruno Cerella, Andrea Cinciarini, Charles Jenkins, Gani Lawal e Jamel McLean.

Panasonic Italia
Via dell'Innovazione, 3
20126 Milano

www.panasonic.it

Contatto stampa:
Alessio Masi
ADN Kronos Comunicazione
Tel. 02 76366 42
E-Mail alessio.masi@adnkronos.com



Numerose iniziative ad alta visibilità definiscono l'ambito di questa accattivante operazione:

VISIBILITA' AL MEDIOLANUM FORUM

Massimo risalto a brand e prodotti Panasonic durante tutto il campionato italiano di Basket 2015-2016, con focus specifico sulle partite casalinghe di Olimpia Milano: **l'intera hospitality del Mediolanum Forum è brandizzata Panasonic**, con una vetrina espositiva della gamma Panasonic Men Care e con 10 mega schermi Panasonic Viera installati presso le due aree dell'hospitality: *Red Shoes Club* ed *Olimpia Lounge*. Il marchio Panasonic verrà veicolato su tutti i materiali ufficiali distribuiti da Olimpia Milano e godrà dell'eccezionale visibilità **sui LED direttamente a bordo campo**, con centinaia di visualizzazioni a favore di spettatori e telespettatori.

CONCORSO A PREMI

Si parte oggi, il 15 Ottobre, con "**Precisione dal primo passaggio**", concorso¹ a supporto delle vendite pre-natalizie della [nuova gamma Men Care Panasonic](#): rasoi, regola-barba, tagliacapelli e body groomer. Acquistando uno fra i prodotti in gamma e registrandosi su www.panasonic.it/precisionedalprimopassaggio, i clienti Panasonic parteciperanno all'estrazione di oltre 600 esclusivi capi merchandising di Olimpia Milano: canotte da campionato, polo e cappellini.

MATERIALI INSTORE

Panasonic ha pensato ad **un'ampia varietà di materiale trade per promuovere partnership e concorso in modo accattivante**: pallbox espositivi di tutta la gamma *Panasonic For Men*, sticker per i pack a lineare, pendagli per l'esposizione al tocco ed A5 per le vetrine creeranno instore **un esclusivo corner Panasonic – Olimpia Milano**.

CAMPAGNA PUBBLICITARIA

Alle molteplici iniziative BTL, si affiancherà **un'importante campagna advertising, nei mesi di Novembre e Dicembre, su tutte le più autorevoli realtà editoriali sportive**: i quotidiani *La Gazzetta dello Sport*, *Il Corriere dello Sport* e *Tuttosport*, oltre ai magazines *SportWeek* e *Sport&Style*. Sul web, Panasonic investirà in modo mirato sui social network con annunci sponsorizzati, illustrativi della partnership e del concorso, rivolti agli utenti in target.

"La collaborazione con Olimpia Milano" - afferma Francesca Micheli, Advertising & Public Relations Italy di Panasonic - "consente di affiancare il nostro marchio ad un team di prestigio ed ad uno sport con grande seguito mediatico e coinvolgimento di pubblico. Siamo certi che questa sponsorhip consoliderà ulteriormente la nostra brand awareness, favorendo il sell-out nel periodo più importante dell'anno dal punto di vista commerciale".

A proposito di Panasonic:

Panasonic Corporation è leader mondiale nello sviluppo e nella realizzazione di prodotti elettronici e di soluzioni destinate all'uso residenziale e professionale, alla comunicazione mobile e alla cura della persona. A partire dalla sua fondazione, nel 1918, le attività dell'azienda si sono sviluppate a livello mondiale ed ora contano più di 500 società in tutto il mondo, con vendite nette consolidate per oltre 57 miliardi di euro nell'anno fiscale terminato il 31 marzo 2014. In ciascuno dei settori in cui opera, Panasonic si propone di offrire una più alta qualità della vita in un ambiente globale migliore, creando prodotti il cui valore aggiunto è il frutto di una continua innovazione. Panasonic Italia, fondata nel 1980, conta 140 dipendenti ed un network di agenti sul territorio nazionale. L'azienda ha sviluppato un fatturato complessivo di 265 milioni di Euro nello scorso anno fiscale. Maggiori informazioni sul gruppo e sul marchio Panasonic sono disponibili al sito www.panasonic.it.

¹ I vincitori del concorso Panasonic "Precisione dal primo passaggio" verranno individuati tramite estrazione il 31 gennaio 2016. La comunicazione dell'iniziativa sarà ampiamente diffusa su tutti i principali social, su www.panasonic.it e tramite materiali distribuiti nei punti vendita. Il regolamento del concorso è consultabile su www.panasonic.it/precisionedalprimopassaggio.