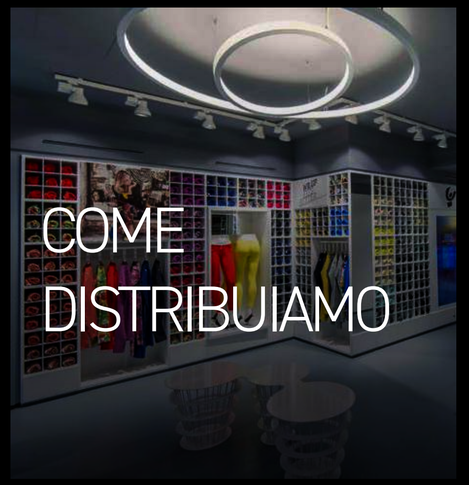
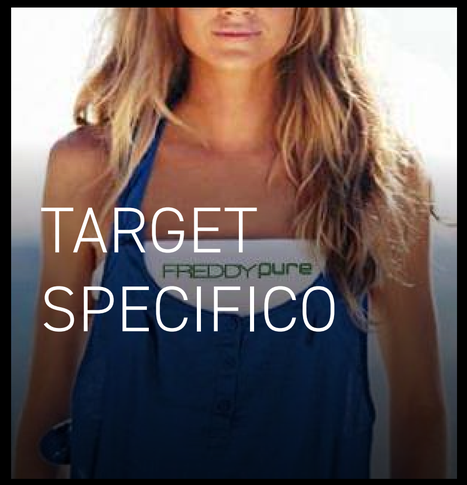
FREDDY

PROFILO AZIENDALE

FREDDY / PROFILO AZIENDALE

CHI SIAMO





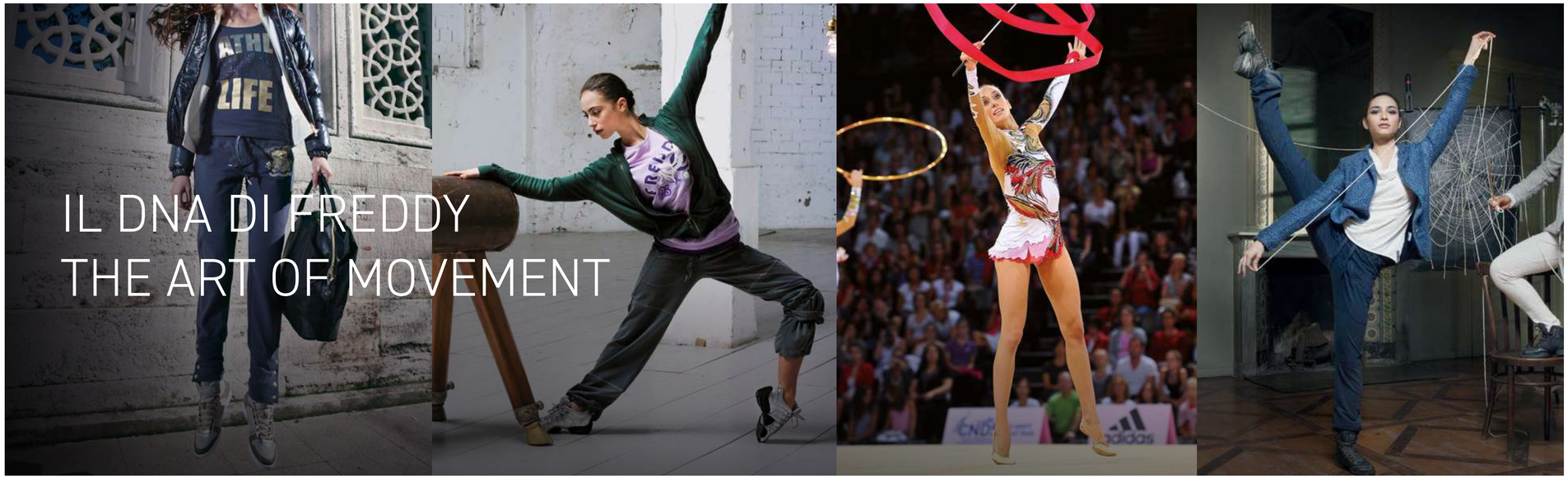
LA NOSTRA STORIA

https://youtu.be/y9KqG_fie_0

A PROPOSITO DI FREDDY

IL BRAND E LA SUA EVOLUZIONE

IL DNA DI FREDDY
THE ART OF MOVEMENT



A PROPOSITO DI FREDDY

Freddy è sinonimo di sport e passione per il movimento. Fondata nel 1976 da Carlo Freddi, si è subito affermata come leader nella creazione di calzature professionali per danza e ginnastica, evolvendosi nel corso degli anni in una collezione completa di abbigliamento.

Una storia fatta di traguardi e nuove sfide, come un grande traguardo sportivo, che ha portato Freddy a diventare un punto di riferimento non solo nel Fitness, ma anche nel mondo della Moda.

La forza di Freddy si esprime nella sua unicità, o meglio nella sua filosofia: “The Art of Movement”.

FREDDY
the art of movement

IL BRAND E LA SUA EVOLUZIONE

1976 - 1984
L'azienda nasce nel **1976**, basata su un concetto di **Carlo Freddi**, come azienda specializzata nella produzione, commercializzazione e vendita di scarpe per ginnastica ritmica e mezze punte per balletto classico.

1985 - 1990
A metà degli anni '80, Freddy cavalca l'onda del **boom dell'aerobica**, guidato da personalità come Jane Fonda e Lara Saint Paul. **L'esplosione del fitness** porta Freddy a diventare il punto di riferimento per un mondo in cui il concetto di palestra inizia a cambiare: da un ambiente prevalentemente maschile a uno spazio sociale dove anche le donne assumono un ruolo centrale.

1991- 1995
In questi anni, Freddy consolida la sua posizione come **azienda leader nel mondo del fitness e della danza**, grazie a sponsorizzazioni con, tra gli altri, le Federazioni di Aerobica italiana e francese. Nel 1993, la "Y" del marchio Freddy diventa il noto logo del "dancing man", molto apprezzato.

2001 - 2003
Freddy diventa sponsor della **Federazione Ginnastica d'Italia**. Inizia una collaborazione importante che continua tutt'oggi, con Freddy che lavora a fianco degli atleti della nazionale italiana di ginnastica per tre quadrienni olimpici.

2004
L'azienda lancia la nuova linea **Dance Academy**, un'interpretazione fashion del mondo della danza che continua a essere strettamente identificata con il marchio. Per questo motivo, Freddy firma un accordo con Joaquín Cortés, il celebre ballerino di flamenco, che diventa il testimonial dell'azienda.

2005 - 2007
Freddy diventa sponsor ufficiale e fornitore del **Corpo di Ballo** e **dell'Accademia d'Arti e Mestieri dello Spettacolo del famoso Teatro alla Scala di Milano**. L'accordo prevede l'implementazione di numerosi progetti importanti, tra cui, soprattutto, la creazione dell'uniforme ufficiale del "**Corpo di Ballo della Scala**" e una nuova collezione di accessori e abbigliamento per danza marchiati "**Freddy La Scala**".

2008 - 2012
Freddy diventa sponsor ufficiale e fornitore della **squadra olimpica italiana**, creando anche l'uniforme ufficiale per le cerimonie di apertura e chiusura. Gli atleti della squadra olimpica italiana indossano i capi realizzati da Freddy durante i **Giochi Olimpici Estivi del 2008** a Pechino, **i Giochi del Mediterraneo del 2009** a Pescara e i Giochi Olimpici Invernali del 2010 a Vancouver, oltre agli uniformi FGI durante le Olimpiadi di Londra del 2012.

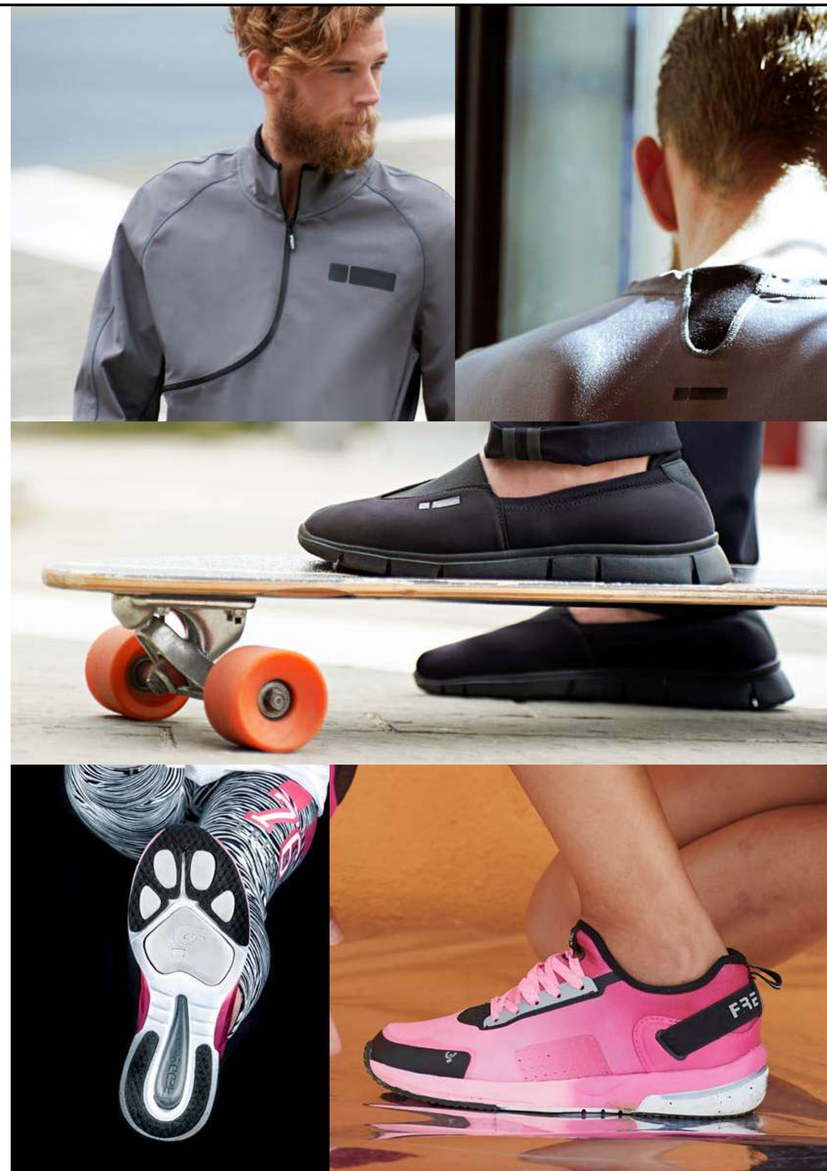
2013
Quest'anno segna il **lancio dei pantaloni WR.UP®**: grazie a cuciture e inserti strategicamente posizionati, la ricerca di Freddy ha prodotto i primi pantaloni innovativi in Jersey progettati per scolpire il corpo femminile, ridefinendo le cosce e la zona del sedere.
Il successo immediato dei pantaloni WR.UP® segna l'ingresso del marchio nel mercato statunitense, con l'apertura del negozio a Washington nel marzo 2013. L'11 maggio 2013 si tiene **la prima DANSYNG® Master Class**, rappresentando la presentazione ufficiale e la preview mondiale di una nuova disciplina creata da Freddy!

2014
Lancio di un prodotto importante e innovativo: **3PROBALLERINA**, scarpe estremamente femminili che possono essere indossate 24 ore su 24, 7 giorni su 7, progettate per donne dinamiche che desiderano sentirsi comode e alla moda allo stesso tempo. 3PRO BALLERINA è stata introdotta nella collezione The Art of Movement durante l'ultima stagione ed è diventata un autentico successo per il marchio.

2015
La grande novità nella collezione Freddy – The Art of Movement è la nuova giacca femminile che combina stile e funzionalità, **D.I.W.O.® CURVE**. Realizzata in tessuto D.I.W.O.® (Dry In Wet Out), un brevetto Freddy e quindi una garanzia di qualità, la nuova giacca assicura la massima traspirazione della pelle e un effetto impermeabile, grazie alle perforazioni laser in alcune posizioni strategiche.
Freddy vende in oltre 50 paesi. Negli ultimi anni, il fatturato internazionale è significativamente aumentato anche grazie al contributo dei prodotti iconici sopra menzionati (pantaloni WR.UP®, 3PROBALLERINA, D.I.W.O.® Curve). Oggi, **Freddy ha raggiunto circa 1.500 punti vendita in tutto il mondo** e ha una presenza significativa sul web, dove è venduto anche dai principali rivenditori online.

2016
Freddy lancia la sua nuova collezione maschile: **PRO MAN**. Materiali tecnici, tagli unici, dettagli sportivi e diversi brevetti: pantaloni con jockstrap integrato, giacche con zip curva e t-shirt con elastico sul collo sono solo alcuni dei molti articoli che caratterizzano PRO MAN, la nuova collezione maschile di Freddy.

2017
Quest'anno Freddy lancia **FELINE**, le nuove scarpe da donna altamente tecniche con tomaia D.I.W.O.® (Dry In, Wet Out). Traspiranti, termoregolanti e senza cuciture interne, queste scarpe da cross-training offrono il massimo del comfort. Ma l'innovazione più rivoluzionaria è la suola a doppia ammortizzazione: il sistema ITS 2.0 sul retro della scarpa rilascia aria al contatto con il suolo, mentre la parte anteriore è realizzata in EVA, un materiale ultra-leggero a bassa densità per l'assorbimento degli urti. Una suola ad alte prestazioni che lascia un'impronta inconfondibile: quella di un felino.



Il 2017 ha rappresentato anche il lancio della nuova capsule collection **100% MADE IN ITALY**, interamente concepita, progettata e realizzata in Italia. Il fulcro del progetto è l'importanza dell'impatto ambientale: il risultato è una linea eco-friendly che non sacrifica nulla in termini di performance e stile, rispondendo ancora una volta alle esigenze di ogni donna. Il marchio italiano storico celebra un anniversario importante: 40 anni di "The Art of Movement" e, per questa occasione, desidera reinterpretare i capi tecnici per creare qualcosa di completamente nuovo.

Per la sua collezione 100% Made in Italy, Freddy sceglie Brugnoli™, un noto azienda italiana specializzata in tessuti tecnici che ha creato e brevettato la tecnologia Br4™ con un processo di produzione sostenibile e l'uso di poliammide 100% bio-based (EVO by Fulgar®), estratta da piante di ricino. Un tessuto innovativo, leggero e ad alta elasticità che, grazie a un filato selezionato, evita la formazione di cattivi odori e ha un ottimo coefficiente termico, proteggendo il corpo dai cambiamenti di temperatura.

BIO D.I.W.O.® è una rivoluzione nel mondo di Freddy: peso specifico ridotto, alta copertura, rapida asciugatura, capacità batteriostatica, termoregolazione e sostenibilità sono i punti di forza di questo tessuto.

2018

Nel 2018, Freddy lancia il concetto importante di **COMMUNITY**, sia per donne che per uomini: **WR.UP®** è un prodotto che ha ottenuto un successo internazionale, scelto e amato da donne in tutto il mondo che vogliono sentirsi femminili e, allo stesso tempo, libere di muoversi. Una vera comunità globale che abbraccia molti paesi, illustrata sul web e sui social media attraverso culture diverse, molteplici forme e, quindi, migliaia di modi di concepire bellezza e sensualità, sia nella vita quotidiana che nei momenti speciali. Freddy ha tratto ispirazione da questo fenomeno nato naturalmente per creare la nuova campagna "**The World Wide WR.UP® Community**", un inno a una femminilità senza confini né barriere, che rende la diversità la sua caratteristica più preziosa. Stili e bellezze diverse che condividono un dettaglio: la scelta di indossare WR.UP®.

Dall'altro lato c'è **The World Wide Men.tribe**, la nuova campagna Freddy dedicata alla moda maschile per la collezione Primavera/Estate 2018. Un senso di appartenenza e di condivisione che attraversa diversi paesi nel mondo, raccogliendo nuove intuizioni da stili di vita, culture ed etnie, per dare vita a un movimento globale che trova forza ed energia nella sua diversità, una caratteristica che diventa al contempo simbolo di unione e coesione.

Un simbolo che Freddy desidera rappresentare con il suo **NO LOGO**, un elemento grafico applicato sui capi come un tatuaggio tribale, simbolo di appartenenza tra uomini che condividono la stessa attitudine, interessi e stile di vita.

Il mix tra comfort e stile è una prerogativa di **PROPANTS ACTIVE**, pantaloni innovativi per uomini brevettati da Freddy che, grazie a un jockstrap che assicura il massimo supporto e facilita il movimento, permettono di allenarsi senza indossare biancheria intima. Una tecnologia che Freddy ha deciso di applicare anche alla sua linea di abbigliamento quotidiano con **PROPANTS 24/7**, perfetti per le faccende quotidiane grazie al supporto atletico rimovibile e disponibili in nero, blu, grigio e nylon denim elasticizzato.

2019

Freddy mette la moda al servizio del benessere e del movimento, applicando i codici estetici dello yoga alla sua collezione **100% MADE IN ITALY**, proponendo capi eco-friendly, interamente concepiti, progettati e realizzati in Italia. Questa collezione diventa il fiore all'occhiello di un progetto completamente dedicato alla disciplina dello **YOGA**, chiamato **MOVE YOUR MIND**: una serie di lezioni gratuite tenute da insegnanti internazionali, create per promuovere la pratica e la conoscenza dello yoga, la disciplina sportiva che incarna perfettamente "The Art of Movement", la filosofia FREDDY che concepisce il movimento come forma d'arte e bellezza. A guidare questi appuntamenti, due eventi di apertura organizzati sulla splendida Terrazza Latitudine 45 di Palazzo Matteotti a Milano, coinvolgendo numerosi centri olistici.

Sempre nel 2019, Freddy celebra coloro che, giorno dopo giorno, oltre a lottare per raggiungere nuovi obiettivi, cercano una bellezza infinita, andando oltre ogni disciplina e raggiungendo un concetto artistico più elevato.

Per illustrare ciò che sottende al concetto di **The Art Of Movement**, Freddy ha prodotto un video coinvolgendo i migliori performer di varie discipline di allenamento, diventando Ambasciatori del nuovo claim di Freddy: "**Sei più di un atleta, sei un artista.**"

Un altro video di Freddy che esprime al 100% l'arte è quello realizzato per **WR.UP®-IN**, il completo perfetto. Non molto tempo fa, la tuta era ancora considerata adatta solo per la palestra. Ora, grazie a WR.UP®-IN, diventa un capo versatile che può essere indossato durante tutto il giorno: una vera proposta 24/7.

In linea con le tendenze del momento, Freddy lancia nella Primavera-Estate 2019 progetti in collaborazione con artisti internazionali. Il primo è **Lalou Senbanjo** (http://www.laolu.nyc/), un artista nigeriano nato a Brooklyn, cantante, compositore, musicista, avvocato per i diritti umani e attivista, il cui mantra è "Tutto è la mia tela": Freddy, sempre amante dell'arte, si lascia ispirare dalla cultura dei tatuaggi e, insieme a Laolu, lancia una capsule collection in grado di reinterpretare i capi cult della moda maschile.

Dobbiamo invece aspettare il **Pitti Immagine Uomo** di giugno per vedere il lancio della nuova capsule collection unisex nata in collaborazione con **Luca Tommassini**, guru della danza mondiale.

All'inizio di ottobre, è arrivato il momento di **N.O.W®**, i nuovi pantaloni a 5 tasche con un vibe casual e comodo che permettono di eseguire "movimenti impossibili" grazie alla versatilità del jersey bi-elastico effetto denim. Due stili: N.O.W®, disponibile nella vestibilità regular o skinny con bottoni, passanti invisibili e cintura; e N.O.W®. YOGA, un modello senza bottoni e cerniere, disponibile solo come skinny fit.

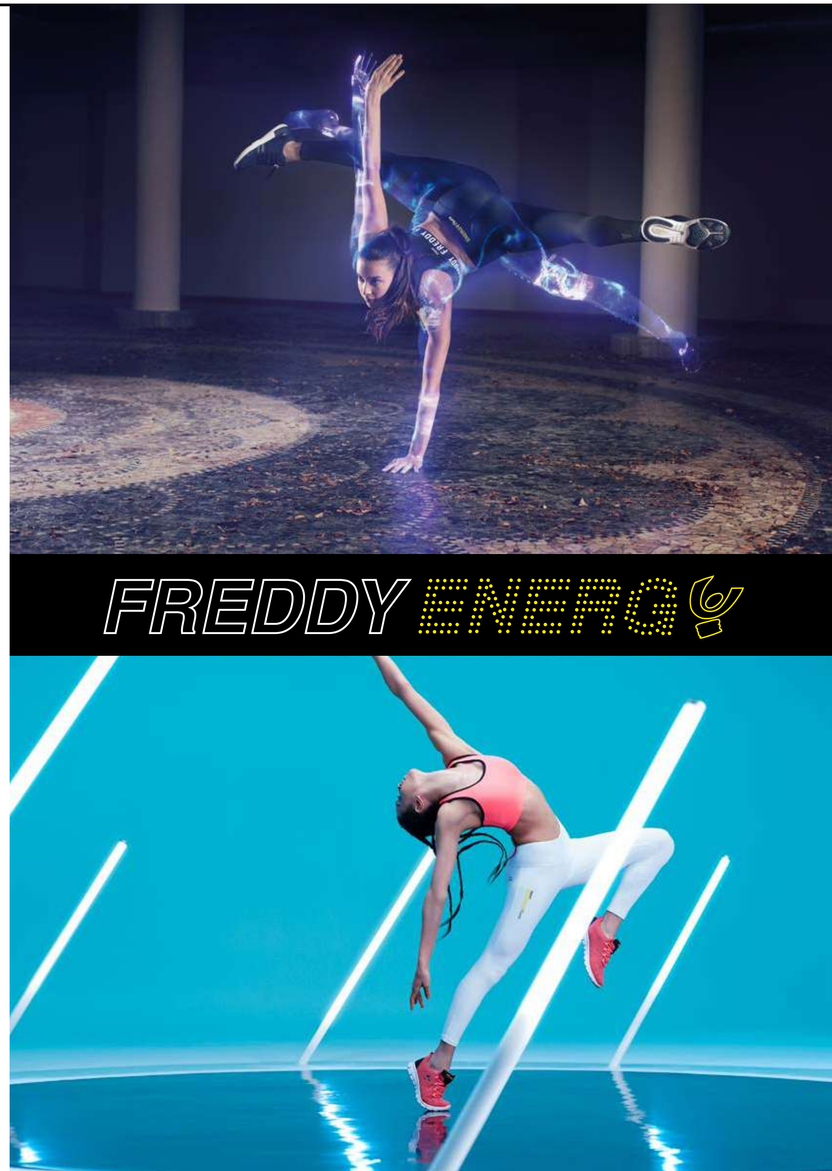
Ultimo ma non meno importante, quest'anno Freddy celebra insieme alla **FGI (Federazione Ginnastica Italiana) il suo 150° anniversario** con una collezione speciale e un logo creato da Freddy!

2020
Freddy, sempre attento al benessere delle persone, presenta **FREDDY ENERGY**, un progetto interamente dedicato al wellness sviluppato con il supporto del **noto pranoterapeuta Carlo Intiso**. Secondo la medicina tradizionale asiatica, all'interno del corpo umano ci sono meridiani energetici attraverso i quali fluisce tutta l'energia vitale, o prana.

Ecco il brevetto rivoluzionario di Freddy: la tecnologia FREDDY ENERGY consiste nel posizionare mezze sfere di alluminio all'interno di alcuni prodotti lungo i meridiani del corpo per attivare una mappa energetica specifica che genera sensazioni di leggerezza e equilibrio fisico.

Per il lancio del progetto, Freddy inizia con i **FREDDY ENERGY PANTS**, pantaloni da donna progettati per aiutare e facilitare l'esercizio fisico, le prestazioni atletiche e l'allenamento in generale, evocando sensazioni di benessere, armonia ed energia, grazie alle loro proprietà innovative.

2021
Freddy espande il progetto FREDDY ENERGY includendo altri prodotti come **scarpe, reggiseni, pantaloni e braccialetti**. Ora una donna può quindi indossare un look totale Freddy Energy e ricevere supporto durante le sue attività sportive.



2022

Per la Primavera/Estate 2022, per mettere meglio in risalto le qualità di WR.UP®, Freddy inaugura @wrup_official, un account Instagram dedicato che presenta nuove collezioni, novità e tutte le iniziative del mondo WR.UP®. Un nuovo mondo che pone la sostenibilità ambientale al primo posto. A partire da oggi, WR.UP® utilizzerà esclusivamente tessuti in cotone biologico e poliestere riciclato, tutti con elastomero e accessori riciclati. Una vera dedizione alla Natura, nonché il punto di partenza per diversi cambiamenti cruciali per costruire il futuro che Freddy desidera. Come interprete di questa visione di un mondo verde, Freddy ha scelto la talentuosa Nima Benati, che ha sviluppato la nuova campagna WR.UP® SS22, opportunamente intitolata "For Nature".

Lasciare a occhi freschi ma consapevoli il diritto di narrare il mondo è la filosofia dietro la scelta di Freddy di cercare fotografi talentuosi che potessero rappresentare WR.UP®. Così, per la campagna **FW22 WR.UP®**, ci risvegliamo da un sogno popolato da ninfe per trovarci immersi in un ambiente reale e penetrante, rappresentato con autenticità dal duo creativo **Scandebergs**. Con la loro prospettiva intimista legata ai paesaggi naturali, **Alberto Albanese e Stefano Colombini** portano performance e fotografia nei loro scatti, diventando gli interpreti ideali per narrare la Natura in questo nuovo capitolo. Il loro abile uso della luce e l'approccio cinematografico danno vita a ambientazioni surreali in una nuova e genuina esplorazione della realtà.

Sempre nella stagione Autunno-Inverno, Freddy **reinterpreta le scarpette di riscaldamento utilizzate dai danzatori e dà vita alle PUFF BOOTS**: questi stivali imbottiti, caratterizzati da una vestibilità ampia ma avvolgente, incarnano la vocazione di Freddy per tutto ciò che riguarda sport, movimento, ma anche moda.

2023

Per la **Collezione Primavera/Estate 2023**, Freddy rivive la tendenza degli anni '90 con i **CARGO PANTS**, i pantaloni dal taglio baggy e dalla vestibilità ampia che sono diventati uno degli articoli più cool da indossare tutto l'anno. Nati negli anni '90 come reinterpretazione dei Parachute Pants, ispirati alle tute da paracadutista, hanno acquisito fama grazie a icone come Britney Spears e Jennifer Aniston, diventando rapidamente un elemento distintivo dei break-dancers, che apprezzavano la libertà di movimento che questi pantaloni offrivano.

Freddy conferisce a questa **associazione tra movimento e moda** il suo tocco distintivo. **Nuove ampie tasche laterali** aggiungono praticità ai pantaloni, **mentre il morbido tessuto di popeline**, che sostituisce il nylon, li rende ancora **più resistenti e confortevoli**. Il cordoncino all'altezza delle ginocchia e sul fondo crea un design perfetto che si adatta a ogni fit.

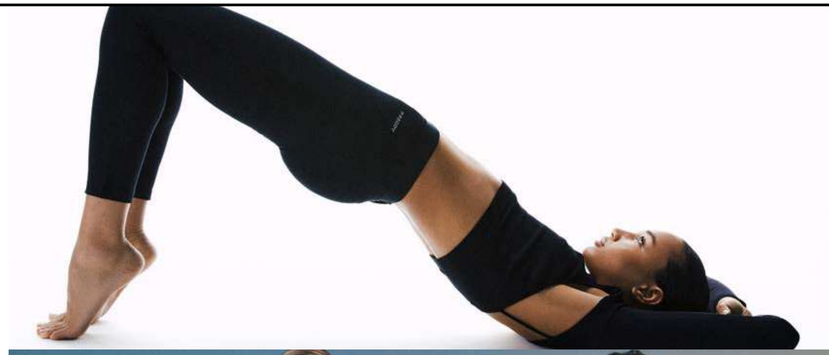
Nella stagione Autunno-Inverno inizia una collaborazione con i personaggi dei cartoni animati **PEANUTS**, nati dalla matita del fumettista Charles M. Schulz. Il risultato è una mini-capsule collection composta da tre felpe e due t-shirt con linee comode, disponibili in diverse colorazioni, arricchite dalle divertenti stampe di Snoopy e dei suoi amici.

2024

L'inizio della stagione ha visto il lancio di **WR.UP® CORE**, i primi leggings con effetto modellante grazie alla tecnologia brevettata WR.UP®. Il fit e il tessuto sono progettati per offrire il massimo comfort in ogni occasione, anche durante la pratica di sport che richiedono ampi movimenti, come yoga o pilates. Il design essenziale, combinato con il piacevole effetto modellante, li rende ideali in qualsiasi momento della giornata, dal lavoro al tempo libero.

Per gli sportivi, c'è **SEAMLESS**, la linea composta da leggings, reggiseni e top: l'assenza di cuciture rende il capo più comodo a contatto con la pelle e consente totale libertà di movimento. Il design minimale si combina con l'elasticità e il comfort del tessuto eco-friendly realizzato con il 60% di materiali riciclati.

Per la stagione Autunno-Inverno, è tempo di **KNITWEAR**, che entra per la prima volta nella proposta di Freddy. Fili intrecciati di cotone rigenerato creano capi unici e estremamente morbidi.



2025

Nel 2025 Freddy consolida la propria presenza nel mondo sportivo con due nuove sponsorizzazioni strategiche: diventa partner ufficiale della **FIF – Federazione Italiana Fitness**, con la quale condivide i valori legati al movimento, al benessere e alla cultura sportiva e con la quale prevede anche una presenza congiunta a **Rimini Wellness**; e diventa sponsor tecnico della **FIPAV – Federazione Italiana Pallavolo** per il **beach volley** e gli **ufficiali di gara**. Questa collaborazione porta il brand a partecipare a eventi di rilievo nazionale come la **Beach Volley Marathon di Bibione**, sia a maggio che a settembre, rafforzando il legame tra Freddy, sport e performance.

FREDDY

THE ART OF MOVEMENT

"La creatività oggi è altamente complessa. Significa creare un concetto e realizzare con successoqualcosa di diverso . Ogni volta che realizziamo un prodotto, non pensiamo solo se sia bello o brutto, ma ai motivi per cui le persone dovrebbero acquistarlo ."

Da oltre 40 anni, Freddy è sinonimo di sport e passione per il movimento. Fin dall'inizio, l'azienda, fondata nel 1976 da Carlo Freddi, si è affermata come un produttore leader di calzature professionali per danza e ginnastica, diventando nel tempo un fenomeno legato non solo al mondo dello sport professionale, ma anche allo stile di vita.

Il comune denominatore continua a essere la capacità di dare vita a prodotti che combinano requisiti tecnici, comfort e attenzione alle tendenze stilistiche attuali, con un perfetto senso dell'equilibrio.

Oggi la collezione Freddy si sviluppa attraverso due concetti distinti, ma complementari, che possono essere riassunti in Active&Fashion, perfettamente incarnati nella nostra filosofia: **The Art of Movement**. L'interpretazione del movimento sotto il segno dell'arte, ispirata alla ginnastica artistica e ritmica, permeata da un senso della moda che rende la collezione contemporanea e distintiva.

Un tipo di stile che può essere scelto per ogni momento della giornata. Una collezione completa dedicata a donne e uomini.

LA COLLEZIONE DONNA

FILOSOFIA DEL PRODOTTO
TECNOLOGIA con FEMMINILITÀ: questa è la caratteristica principale delle collezioni di Freddy, che sono al tempo stesso tecniche e molto femminili. Questo è il punto di differenziazione rispetto ai nostri competitor più grandi e identifica Freddy come l'azienda perfetta di ATHLEISURE. Grande attenzione allo sviluppo di BREVETTI: Freddy dedica una parte consistente del suo fatturato alla ricerca di prodotto, poiché crede fermamente che il futuro risieda in prodotti UNICI con una FUNZIONE REALE in grado di fornire BENEFICI TANGIBILI ai clienti.

PRODOTTI CHIAVE
Freddy ha dedicato gli ultimi anni a sviluppare USP per ogni categoria di prodotto:
2013: lancio di WR.UP®, i pantaloni con effetto modellante
2015: lancio di 3PRO BALLERINA, il design innovativo di scarpe 24/7
2016: lancio di D.I.W.O.® CURVE, la giacca elegante e funzionale con la zip curva rivoluzionaria
2017: lancio di FELINE, la scarpa per cross training
2019: lancio di N.O.W®, i nuovi pantaloni 5 tasche in tessuto bi-elastico
2020: lancio dei FREDDY ENERGY PANTS
2021: lancio di FREDDY ENERGY
2022: lancio delle PUFF BOOT
2023: LANCIO DEI CARGO PANTS

WR.UP® IN SINTESI

WR.UP® è stato lanciato nell'ottobre 2012 dal marchio italiano Freddy. WR.UP® rappresenta una categoria di prodotto completamente nuova: FASHION ACTIVE SHAPE, che sta guadagnando un'attrattiva universale grazie alla sua versatilità d'uso. Ad oggi, WR.UP® è venduto in 40 paesi, inclusi i mercati strategici chiave come Stati Uniti, Regno Unito, Russia e Giappone. Il successo di WR.UP® ha spinto Freddy a creare una divisione separata dedicata a WR.UP®, con un impianto di produzione specifico progettato per soddisfare esclusivamente la domanda globale futura e prevista.

TARGET CONSUMATORI:
- Donne di tutte le età (clientela principale 25-55 anni)
- In cerca di articoli moda unici, contemporanei e stilosi per aggiornare il proprio guardaroba
- Che desiderano valorizzare la propria silhouette con tecnologia modellante
- Con uno stile di vita ATTIVO o ATLETICO

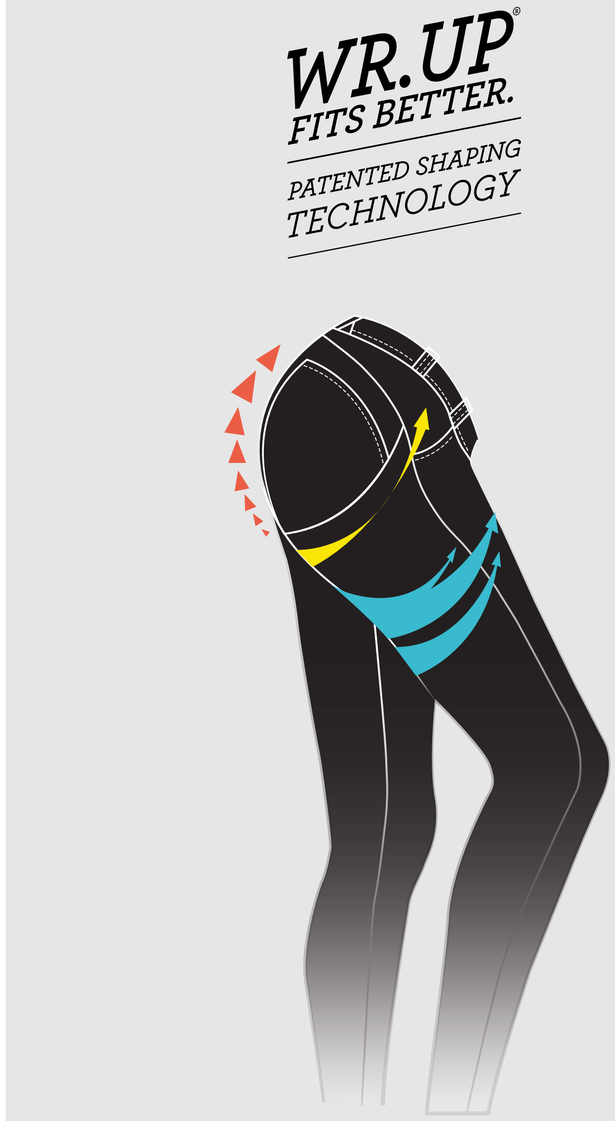
USO:
- Alternativa alla moda per i leggings quotidiani
- Tecnologia modellante brevettata
- Activewear perfettamente adatto sia in palestra che nel tempo libero

LA TECNOLOGIA WR.UP®

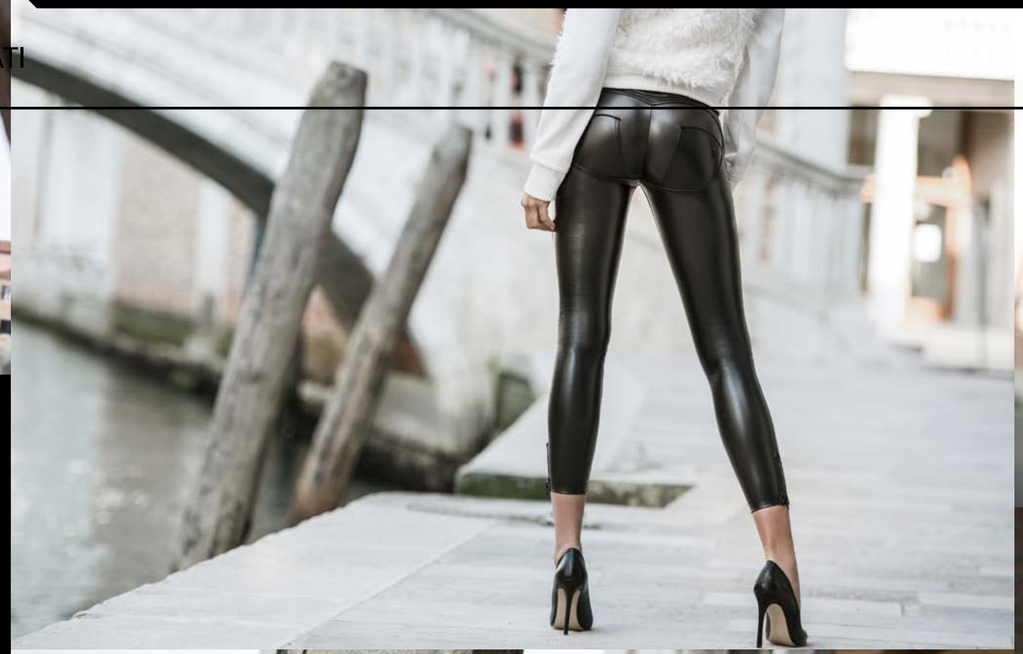
SHAPE
Una banda in silicone personalizzata modella e scolpisce la vita, mantenendo i pantaloni in posizione.

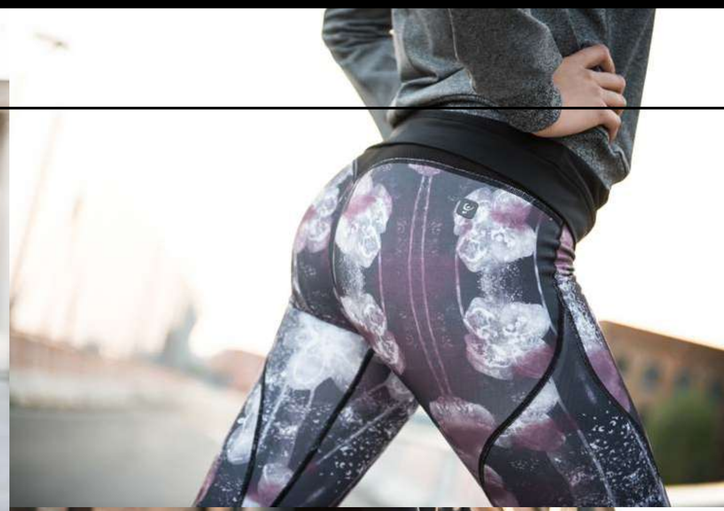
SMOOTH
Tessuto di alta qualità con il giusto grado di elasticità, combinato con pannelli strategicamente posizionati, offre un effetto levigante e modellante per fianchi e cosce.

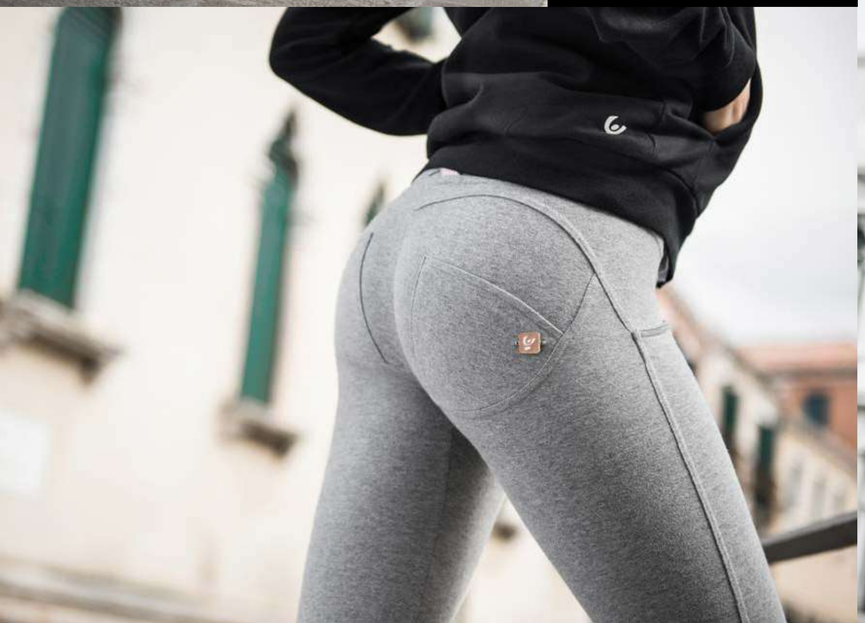
LIFT
Cuciture appositamente progettate definiscono il fondoschiena, creando un effetto sollevante e di supporto.



WR.UP®
FITS BETTER.
PATENTED SHAPING TECHNOLOGY







3PRO BALLERINA IN SINTESI

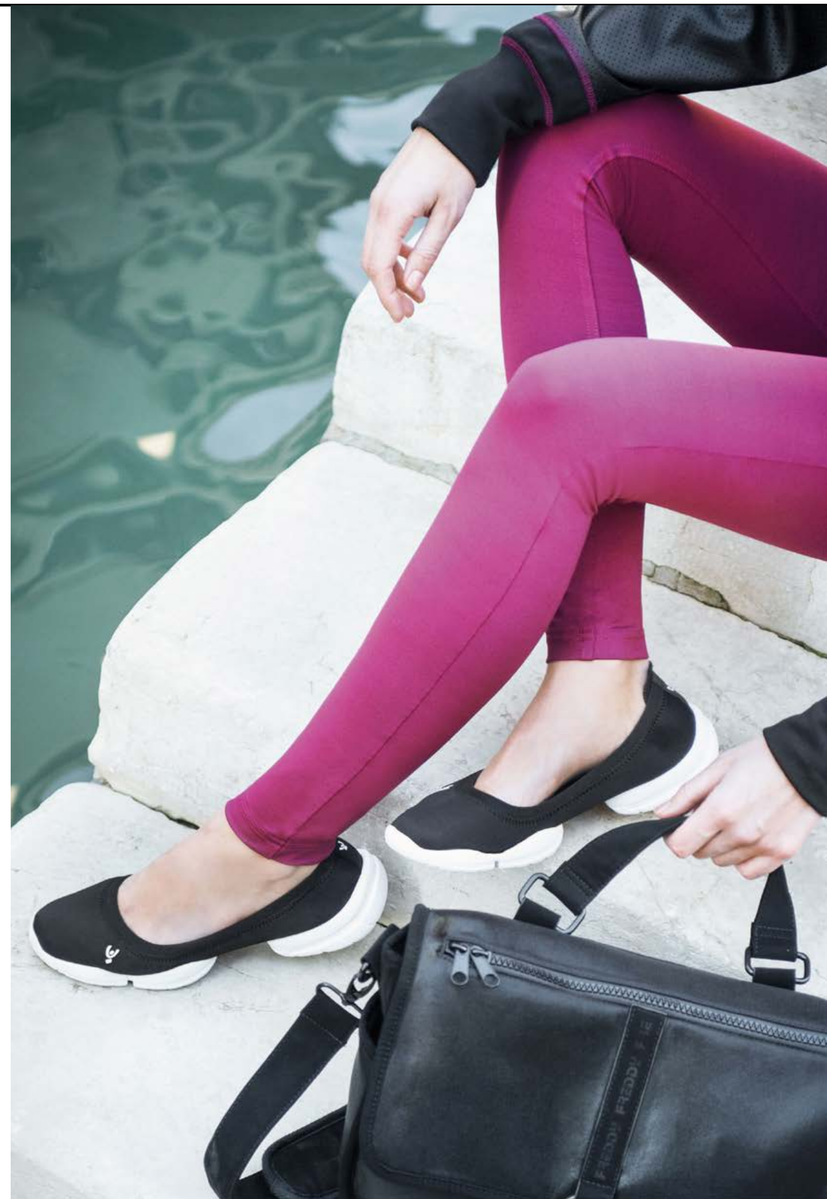
3PRO BALLERINA è stata lanciata nell'ottobre 2014 e rappresenta la fusione tra la nostra eredità nel ballo e le due principali tecnologie brevettate per le suole fitness: 3PRO (Three Piece Outsole) e ITS® (Impact Technology System). Inoltre, utilizza D.I.W.O®. (Dry In Wet Out), un tessuto tecnico che favorisce la traspirazione.

Categoria di Prodotto
3PRO BALLERINA appartiene alla categoria ACTIVE-FASHION ed è l'abbinamento perfetto per WR.UP®.

Versatilità
Può essere utilizzata sia in palestra che nel tempo libero. Ad oggi, 3PRO BALLERINA è venduta in oltre 30 paesi e sta seguendo lo stesso percorso di WR.UP®, ottenendo successo internazionale.

TARGET CONSUMATORI:
•Donne di tutte le età (clientela principale 25-45 anni)
•In cerca di articoli moda unici, contemporanei e stilosi per aggiornare il proprio guardaroba
•Con uno stile di vita ATTIVO o ATLETICO

USO:
•Alternativa sportiva e confortevole alle ballerine quotidiane
•Tecnologia brevettata per garantire un'assorbimento degli impatti professionale e flessibilità dei piedi
•Activewear perfettamente adatto sia in palestra che nel tempo libero



LA TECNOLOGIA 3PRO BALLERINA

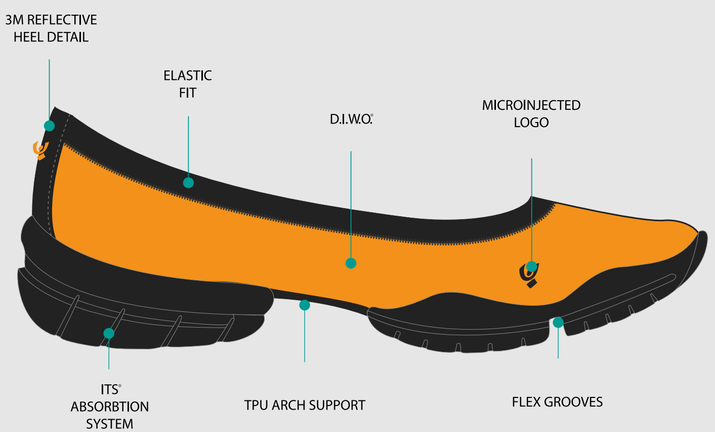
STABILE, CON ALTA ASSORBIMENTO DEGLI IMPATTI
La suola è dotata della tecnologia brevettata ITS® (Impact Technology System), che, combinata con un materiale a densità superiore rispetto a quelli utilizzati nelle scarpe sportive tradizionali, garantisce stabilità al piede e un massimo assorbimento degli impatti.

FLESSIBILE
La tecnologia brevettata 3PRO consiste in una suola progettata originariamente, suddivisa in tre parti, che garantisce la massima flessibilità e libertà di movimento.

TRASPIRANTE E RESISTENTE ALL'ACQUA
La tomaia è realizzata in tessuto D.I.W.O® (Dry In Wet Out), che fornisce struttura e leggerezza, garantendo alta traspirabilità e termoregolazione. Un trattamento speciale sul tessuto durante la tintura lo rende resistente all'acqua.

INTERNO ED ESTERNO
La suola tecnica con alta ammortizzazione e la tomaia progettata per aderire perfettamente al piede la rendono adatta sia per il tempo libero che per attività come tonificazione, aerobica, step, fitwalking e DANSYNG®.

Ballerina 3PRO FITS BETTER.



UN PRODOTTO 100% ATHLEISURE

Ballerina 3PRO

FITS BETTER.

D.I.W.O.® CURVE IN SINTESI

D.I.W.O.® CURVE è la nuova giacca semplice e innovativa per donne che unisce stile e funzionalità. La caratteristica principale di questa giacca, espressa anche dall'aggettivo CURVED nel nome, è la rivoluzionaria **CURVED ZIP**. Questo dettaglio, oltre a essere un elemento di stile che esalta la vestibilità della giacca, rappresenta un nuovo brevetto di Freddy. Posizionato nella parte anteriore della giacca all'altezza della vita, il cursore doppio consente di aprire la giacca da entrambi i lati, facilitando l'indossamento e l'accesso alla pratica tasca interna. Realizzata in tessuto D.I.W.O®. (Dry In Wet Out), la nuova giacca assicura la massima traspirazione della pelle e un effetto resistente all'acqua.

TARGET CONSUMATORI:
•Donne di tutte le età (clientela principale 25-55 anni)
•In cerca di articoli moda unici, contemporanei e stilosi per aggiornare il proprio guardaroba
•Con uno stile di vita ATTIVO o ATLETICO

USO:
•Alternativa alla moda per giacche quotidiane
•Tecnologia di modellamento brevettata
•Activewear perfettamente adatto sia in palestra che nel tempo libero

LA TECNOLOGIA D.I.W.O.® CURVE

TRASPIRANTE E RESISTENTE ALL'ACQUA

Realizzata in tessuto D.I.W.O.® (Dry In Wet Out), garantisce alta traspirabilità e termoregolazione. Un trattamento speciale durante la tintura la rende resistente all'acqua.

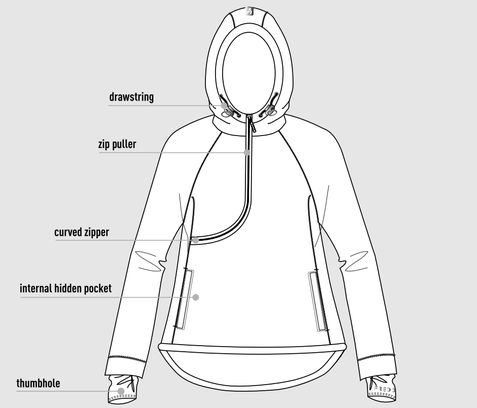
FACILE DA INDOSSARE

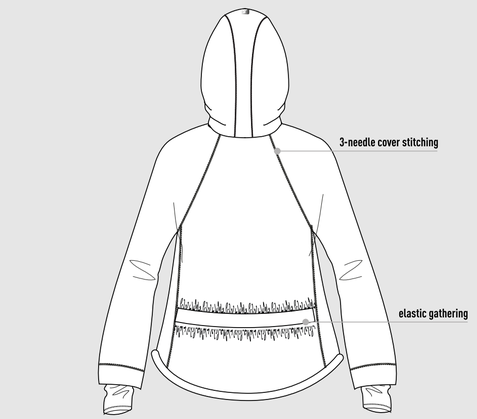
La zip curvata con cursore doppio facilita l'indossamento e l'accesso alle tasche interne. Le prestazioni dei tessuti unite al design garantiscono ottimi risultati in termini di vestibilità.

DESIGN E TECNOLOGIA BREVETTATI

Modello esclusivo, con design e tecnologia studiati e brevettati da Freddy. La zip curvata è originale e funzionale, oltre a essere un dettaglio di stile che migliora la vestibilità della giacca.

D.I.W.O.® CURVE





UN PRODOTTO 100% ATHLEISURE

D.i.W.O.® CURVE

FELINE IN SINTESI

FELINE è una scarpa da cross-training ispirata all'animale più veloce del pianeta, progettata per massimizzare l'assorbimento degli impatti sia nella parte anteriore del piede che nel tallone. La sua tomaia senza cuciture migliora la vestibilità e il comfort, mentre la capsula interna stabilizza il piede durante gli allenamenti. Tra le caratteristiche aggiuntive ci sono un elastico di presa per il tallone che assicura una calzata sicura e una soletta in memory foam antibatterica per un comfort extra.

TARGET DI CONSUMO:
•Donne di tutte le età (cliente principale: 25-55 anni)
•In cerca di articoli di moda unici, contemporanei e stilosi per rinfrescare il proprio guardaroba
•Desiderose di abbigliamento con caratteristiche tecnologiche
•Con uno stile di vita attivo o atletico

USO:
Ideale per cross-training, allenamenti ad alto impatto, esercizi per il core, step, allenamenti cardio e aerobica.

LA TECNOLOGIA FELINE

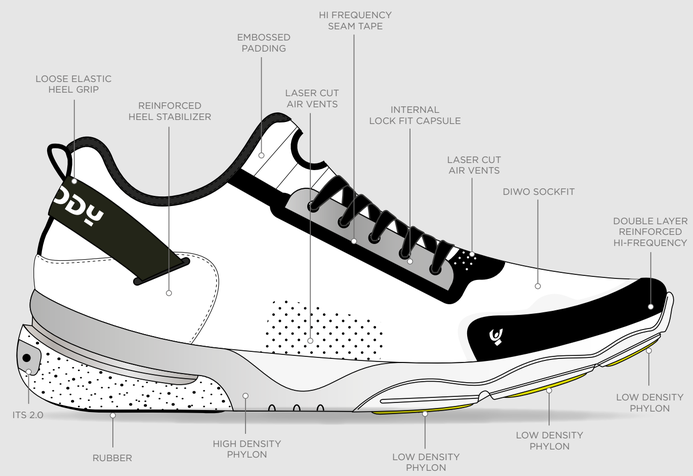
TRASPIRANTE E RESISTENTE ALL'ACQUA

La tomaia della scarpa è realizzata con il materiale esclusivo D.I.W.O®. (Dry In Wet Out) di Freddy, che offre struttura e leggerezza, garantendo alta traspirabilità e termoregolazione. Un trattamento speciale durante la tintura rende il tessuto resistente all'acqua.

STABILE, CON DOPPIA AMMORTIZZAZIONE

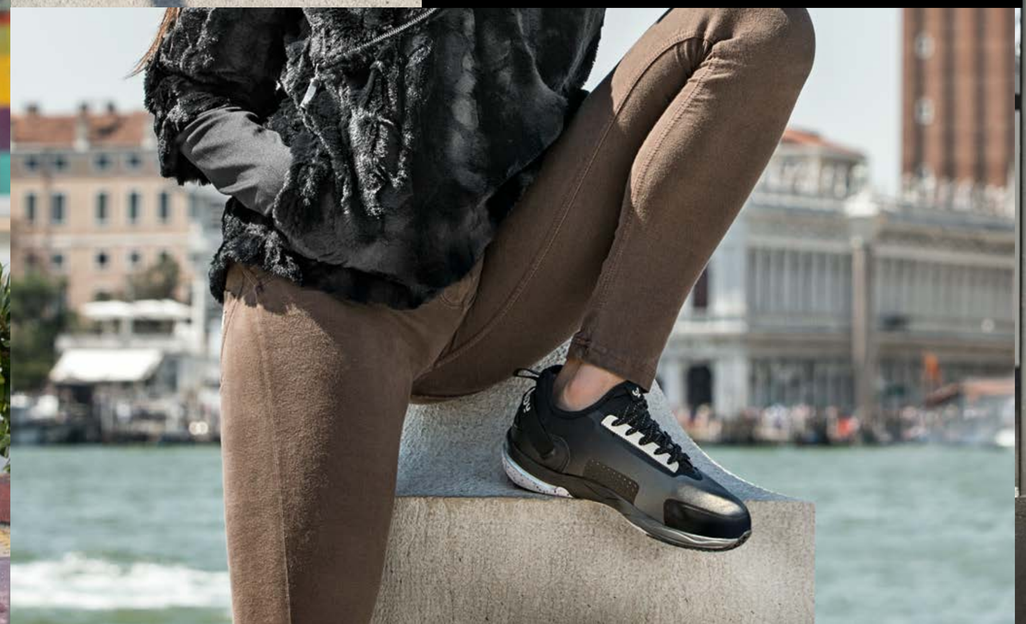
Il supporto laterale è realizzato in tessuto rigido per mantenere il piede fermo ed evitare infortuni. La novità rivoluzionaria è la suola con doppia ammortizzazione: nella parte posteriore, il sistema ITS 2.0 permette all'aria di fuoriuscire quando il piede tocca il suolo, mentre la parte anteriore è in EVA, un materiale ultra-leggero e a bassa densità che assorbe gli impatti.

FELINE



UN PRODOTTO 100% ATHLEISURE

FELINE



N.O.W.®& N.O.W.®. YOGA IN SINTESI

N.O.W.® è il nuovo pantalone a 5 tasche dallo stile casual e confortevole, lanciato nel 2019, che consente di eseguire "movimenti impossibili" grazie alla versatilità del jersey bi-elastico effetto denim.
Due stili: N.O.W.®, disponibile in taglio regular o skinny con bottoni, passanti invisibili e cintura; e N.O.W®. YOGA, un modello senza bottoni e cerniere, disponibile solo nella vestibilità skinny.

TARGET DI CONSUMO:
Donne di tutte le età (cliente principale 25-55 anni)
In cerca di articoli lifestyle unici, contemporanei e stilosi per aggiornare il proprio guardaroba
Con uno stile di vita attivo o atletico

USO:
Alternativa sporty e comoda ai pantaloni quotidiani, ma anche Active wear perfettamente adatta sia dentro che fuori dalla palestra.
Pantaloni con dettagli brevettati per garantire originalità.

N.O.W.®& N.O.W.®. YOGA IN SINTESI

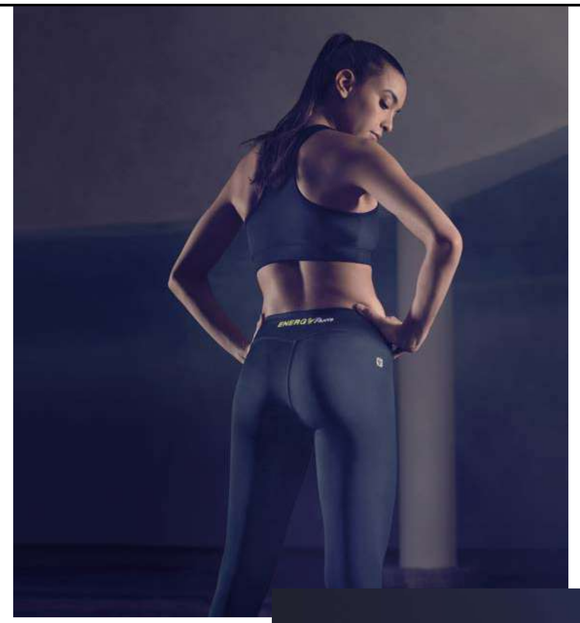
N.O.W.® presenta passanti per cintura invisibili ed è proposto in due versioni: taglio regular o skinny.

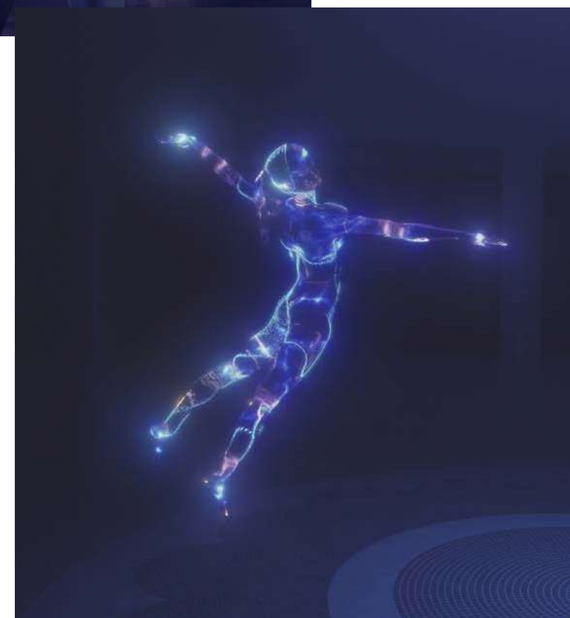
N.O.W.® YOGA è disponibile solo nella vestibilità skinny, con un'alta vita che, grazie alla cintura ripiegabile, può diventare regolare. Questo modello senza bottoni e senza cerniere è adatto per essere indossato 24/7 ed è estremamente versatile. Come suggerisce il nome, può essere indossato anche per allenarsi e fare attività fisica in completa libertà, perché, che tu stia correndo nel parco con un amico o facendo una sessione di fitness in palestra, il tuo outfit deve essere comodo ma anche stiloso!

N.O.W.® YOGA
THE PERFECT PANTS
VITA ALTA CON BANDA RISVOLTABILE

N.O.W.®
THE PERFECT PANTS
PASSANTE NASCOSTO. MIGLIORE SHAPE DELLA VITA

FREDDY ENERGY PANTS IN SINTESI





I Freddy Energy Pants sono i pantaloni rivoluzionari progettati per aiutare e facilitare l'esercizio fisico, le performance atletiche e l'allenamento in generale, suscitando sensazioni di benessere, armonia ed energia, grazie alle loro proprietà innovative.

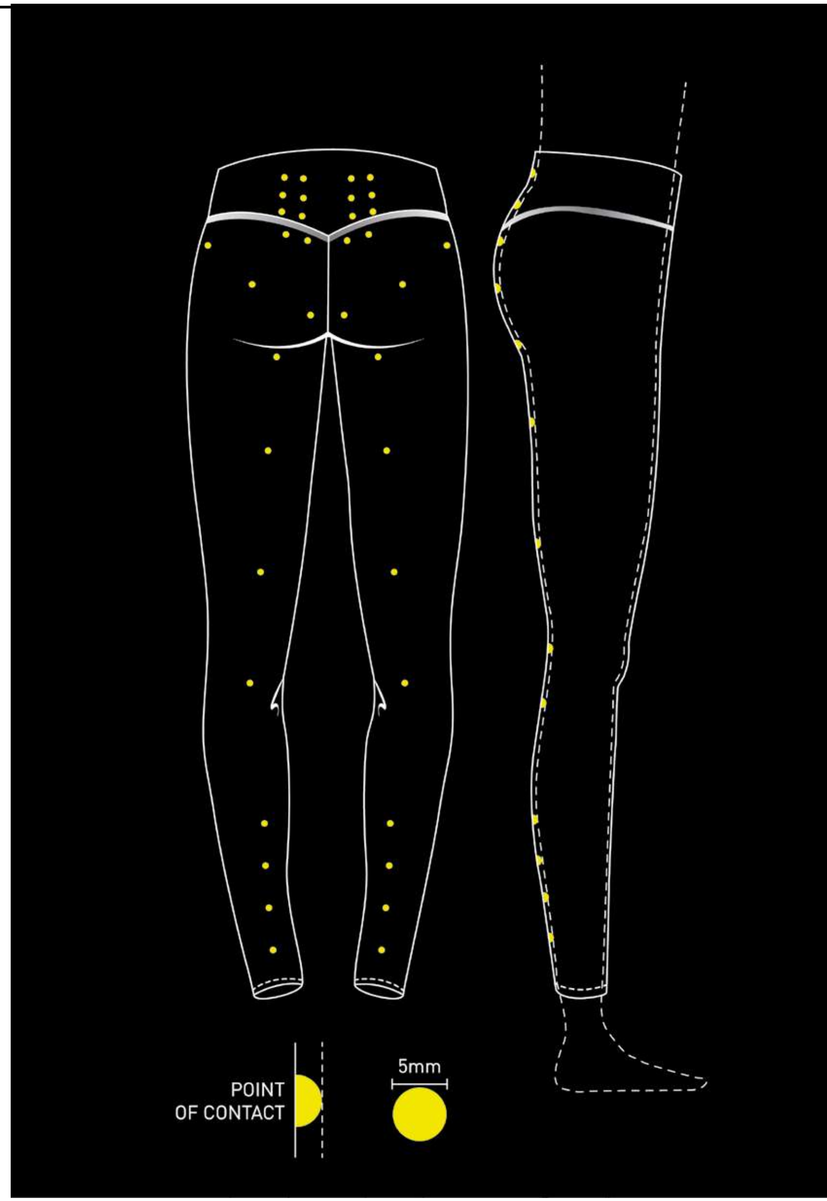
TARGET DI CONSUMO: Donne di tutte le età (cliente principale 25-55 anni)
In cerca di articoli unici, contemporanei e attivi per essere supportate nelle attività sportive
Con uno stile di vita ATTIVO

USO: Attività sportiva

These products are not medical devices. There are no contraindications to the use of these products unless you have an allergy or intolerance to the materials used. Sensations are subjective and may differ from person to person.
For proper care and maintenance of the products, follow the instructions on the label.

LA TECNOLOGIA FREDDY ENERGY PANTS

Si tratta di un progetto interamente dedicato al benessere, sviluppato con il supporto di Carlo Intiso, esperto di Prana rinomato: per comunicare con i meridiani, sono state posizionate **microsfere di alluminio in punti specifici**. Quando queste sfere entrano in contatto con il corpo, attivano una **mappa energetica** specifica in grado di produrre sensazioni positive.



These products are not medical devices. There are no contraindications to the use of these products unless you have an allergy or intolerance to the materials used. Sensations are subjective and may differ from person to person.
For proper care and maintenance of the products, follow the instructions on the label.

FREDDY ENERGY IN SINTESI

Un look completo FREDDY ENERGY: scarpe, reggiseno, pantaloni e un braccialetto speciale progettati per supportare e facilitare l'esercizio fisico, l'allenamento atletico e il workout, generando sensazioni di benessere, armonia ed energia grazie alle loro caratteristiche innovative.

TARGET DI CONSUMO:
Donne di tutte le età (cliente principale 25-55 anni) in cerca di articoli unici, contemporanei e attivi per essere supportate nelle attività sportive Con uno stile di vita attivo

USO:
Attività sportiva

These products are not medical devices. There are no contraindications to the use of these products unless you have an allergy or intolerance to the materials used. Sensations are subjective and may differ from person to person.
For proper care and maintenance of the products, follow the instructions on the label.

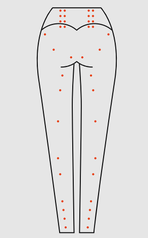
LA TECNOLOGIA FREDDY ENERGY

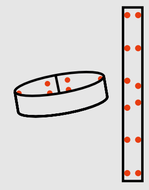
Le **FREDDY ENERGY SHOES** sono disponibili in quattro varianti di colore: fucsia, giallo, grigio e nero. Le microsfere in alluminio sono posizionate in punti specifici all'interno della tomaia, e sopra e sotto la soletta, per stimolare ulteriormente una sensazione di leggerezza nei piedi.

Il **FREDDY ENERGY BRA** è un reggiseno sportivo a supporto medio realizzato in tessuto tecnico, con scollatura rotonda, spalline regolari e schiena a corsetto. È un capo pratico e dinamico, progettato per lo sport, poiché offre comfort e supporto. Le microsfere sono applicate nella parte posteriore, all'interno, regalando una maggiore fluidità nei movimenti di braccia e collo.

I **FREDDY ENERGY PANTS** sono il modello iconico SUPERFIT, lanciato nella stagione precedente e disponibile nelle versioni 3/4 o 7/8. Il colore è nero e il tessuto è in jersey pesante o D.I.W.O.® (Dry In, Wet Out), il tessuto innovativo sviluppato da Freddy per garantire la massima traspirabilità della pelle, allontanando l'umidità dal corpo. Per la collezione Primavera/Estate 2021 sono disponibili due nuovi modelli: il SUPERFIT total white in tessuto foderato, molto ricercato nel mondo dello Yoga, e l'evergreen WR.UP® SPORT in D.I.W.O.® e D.I.W.O. PRO, un tessuto brevettato caratterizzato da un peso specifico ridotto, asciugatura rapida, proprietà batteriostatiche e sostenibilità ambientale.

Grazie alle microsfere applicate in punti specifici, il **FREDDY ENERGY BAND** stimola una sensazione di leggerezza e armonia ogni volta che ci si muove.





These products are not medical devices. There are no contraindications to the use of these products unless you have an allergy or intolerance to the materials used. Sensations are subjective and may differ from person to person.
For proper care and maintenance of the products, follow the instructions on the label.

PUFF BOOT IN SINTESI

Freddy reinterpreta le scarpette da riscaldamento usate dai ballerini dando vita alle **Puff Boots**. Questi stivali imbottiti, caratterizzati da una vestibilità ampia ma avvolgente, incarnano la vocazione di Freddy per tutto ciò che riguarda sport, movimento e moda.
La collezione gioca con lo stile informale che contraddistingue queste scarpe, incorporando grafiche vivaci e audaci in colori di tendenza, per creare un look che si adatta a ogni personalità.

TARGET DI CONSUMO:
Donne di tutte le età (cliente principale 25-55 anni)
In cerca di articoli di moda unici, contemporanei e stilosi per aggiornare il proprio guardaroba
Con uno stile di vita attivo o atletico

USO:
Alternativa fashion alle sneaker quotidiane.

CARGO PANTS IN SINTESI

Freddy riporta in auge il trend degli anni '90 con i **Cargo Pants**, pantaloni dalle linee ampie e dalla vestibilità comoda, diventati uno dei capi più cool da indossare tutto l'anno. Le nuove ampie tasche laterali aggiungono praticità, mentre il morbido tessuto popeline, che sostituisce il nylon, li rende ancora più resistenti e confortevoli. Il cordino sulle ginocchia e sul fondo crea un design perfetto che si adatta a ogni vestibilità.

TARGET DI CONSUMO:
Donne di tutte le età (cliente principale 25-55 anni)
In cerca di articoli di moda unici, contemporanei e stilosi per aggiornare il proprio guardaroba.
Con uno stile di vita attivo o atletico

USO:
Alternativa fashion ai pantaloni quotidiani.

LA COLLEZIONE UOMO

the art of movement

FILOSOFIA DI PRODOTTO
La collezione **Freddy Man** si rivolge all'uomo moderno e ai Millennial, sempre più alla ricerca di prodotti dal design pulito e dalle tecnologie all'avanguardia, che incarnano i valori del brand. Per loro, Freddy presenta prodotti originali e un nuovo logo.
Il logo istituzionale di Freddy si trasforma in un simbolo, quasi un tatuaggio, che diventa un messaggio ancestrale di appartenenza al gruppo: Freddy scompare e il logo appare nella sua semplicità, totalmente nero.
Materiali tecnici, tagli speciali, dettagli sportivi e numerosi brevetti, come il supporter atletico all'interno dei pantaloni, la zip curva per le giacche e un elastico sulla parte posteriore del collo a giro della t-shirt per migliorare la vestibilità, sono solo alcuni degli elementi che distinguono i valori sportivi di questa collezione chiamata **PRO MAN**.

PRODOTTI CHIAVE
Nel 2016, Freddy ha sviluppato USP per ciascuna categoria di prodotto:
•**PROPANTS ACTIVE:** il pantalone sportivo con supporto interno brevettato fisso.
•**PRO 305:** la scarpa slip-on.
•**HYPERFEET:** le scarpe ideali per attività di cross-training.
•**PRO CURVE:** LA VERSIONE MASCHILE DELLA D.I.W.O.® CURVE, LA GIACCA OUTDOOR CON ZIP CURVA, ORA IN TESSUTO ELASTAN POLIESTERE.

PROPANTS ACTIVE IN SINTESI

Realizzati in tessuto **D.I.W.O.®** (Dry In Wet Out), questi pantaloni sono ideali per lo sport grazie alla nuova tecnologia brevettata da Freddy. All'interno del pantalone è stato inserito un supporter atletico per garantire il massimo supporto e libertà di movimento durante l'attività fisica, senza necessità di indossare biancheria intima. Inoltre, il modello è completato da dettagli stilistici estremamente curati per una vestibilità perfetta.

TARGET DI CONSUMO

- **Uomini di tutte le età** (cliente principale 25-55 anni)
- In cerca di articoli fashion unici, contemporanei e stilosi per aggiornare il proprio guardaroba
- Che desiderano indossare abbigliamento con caratteristiche tecnologiche
- Con uno stile di vita attivo o atletico

USO

- Tecnologia brevettata
- Active wear perfettamente adatto sia dentro che fuori dalla palestra

LA TECNOLOGIA PROPANTS ACTIVE

NON SERVE L'INTIMO

MASSIMA SUPPORTO DURANTE LE ATTIVITÀ SPORTIVE

L'introduzione di un supporter atletico antibatterico, progettato specificamente per l'anatomia maschile, garantisce il supporto e la contenzione necessari per evitare disagio durante l'attività sportiva. Può essere indossato senza biancheria intima.

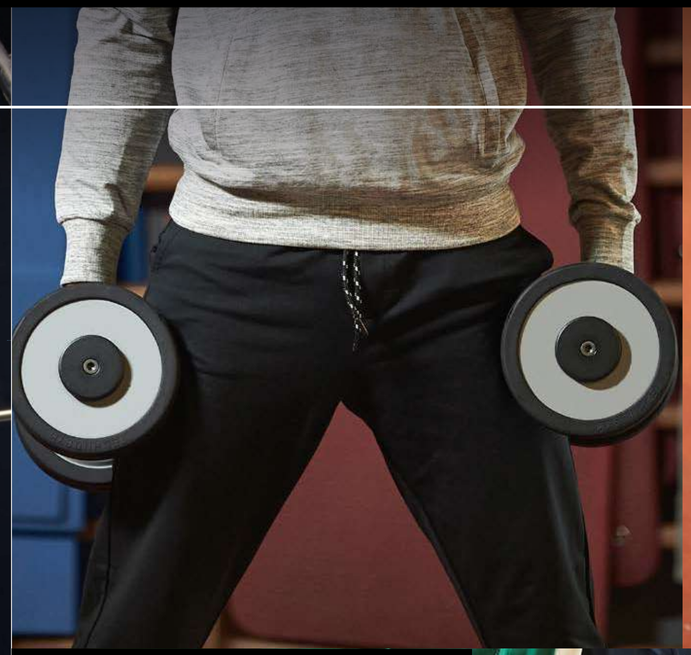
TESSUTO TRASPIRANTE E AD ALTE PRESTAZIONI

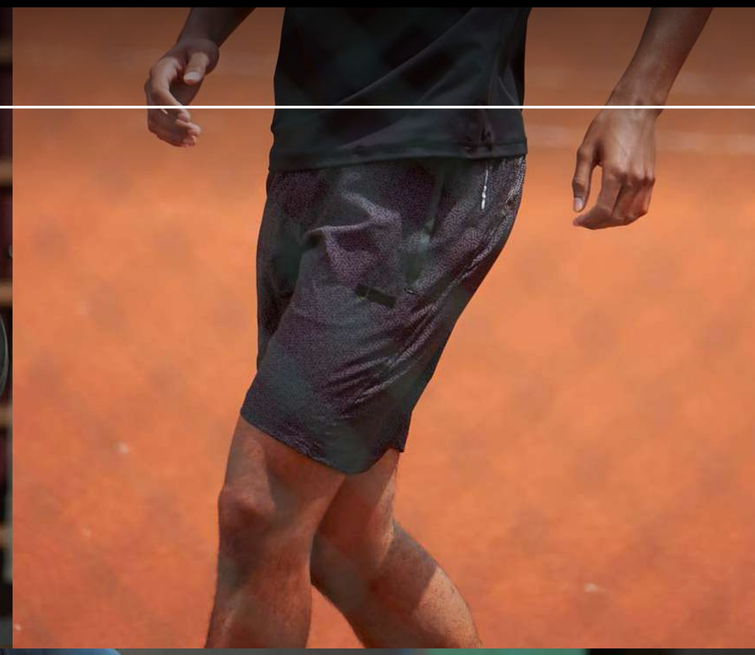
D.I.W.O.®, il tessuto speciale brevettato da FREDDY, garantisce alta traspirazione e regolazione termica. La bielasticità del tessuto assicura il massimo comfort e ottime prestazioni durante l'attività fisica.

TECNOLOGIA BREVETTATA

Tecnologia esclusiva, studiata e brevettata da FREDDY. Brevetto italiano.

PROPANTS ACTIVE





PROPANTS ACTIVE

PRO305 IN SINTESI

PRO 305 è uno slip-on per uomini che, con il numero 305, riflette il modello storico delle scarpe in pelle Freddy per la Ginnastica Artistica. È una scarpa ultra-leggera realizzata in tessuto D.I.W.O.® (Dry In Wet Out) con un triangolo elastico posizionato sul collo del piede per facilitarne la calzata.

TARGET DI CONSUMO:
- Uomini di tutte le età (cliente principale 25-55 anni)
- In cerca di articoli moda unici, contemporanei e stilosi per aggiornare il proprio guardaroba
- Che desiderano indossare abbigliamento con caratteristiche tecnologiche
- Con uno stile di vita attivo o atletico

USO:
- Tecnologia brevettata
- Active wear perfettamente adatta sia dentro che fuori dalla palestra

LA TECNOLOGIA PRO305

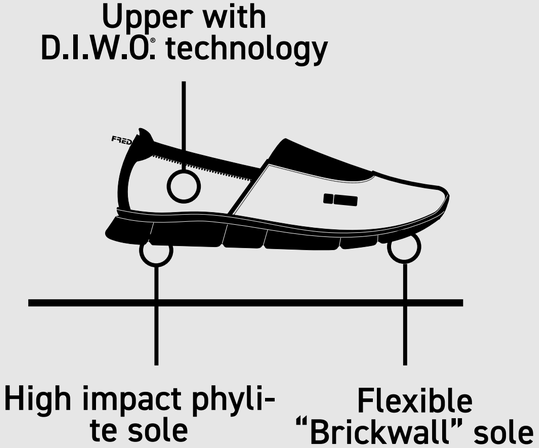
SUPER LEGGERA E ASSORBENTE DEGLI URTI
La suola in PHYLITE RESPONSIVE EVA è super-leggera e resistente, garantendo libertà di movimento, comfort e assorbimento degli impatti.

TRASPIRANTE
La tomaia ultra-leggera è realizzata in D.I.W.O.®, il tessuto speciale brevettato da FREDDY, che garantisce un'alta traspirabilità e una corretta regolazione termica. La soletta interna è in schiuma antibatterica memory.

FACILE DA INDOSSARE
L'inserto elasticizzato sul collo del piede e il bordo elastico consentono di indossare facilmente la scarpa e la rendono perfettamente adattabile alla forma del piede, garantendo resistenza anche durante l'attività fisica.

DESIGN BREVETTATO
Design esclusivo, studiato e brevettato da FREDDY. Brevetto italiano.

PRO305



PRO305

HYPERFEET IN SINTESI

HYPERFEET è stato creato per emulare la tecnicità anfibia e massimizzare il supporto durante i movimenti rapidi. Basato sulla stessa struttura del rinomato brevetto FELINE, HYPERFEET si caratterizza per una suola a 4 densità con un inserto anteriore a bassa densità per massimizzare l'assorbimento degli impatti e un inserto in gomma antiscivolo per migliorare la presa durante i rapidi movimenti laterali. Il suo upper completamente senza cuciture è progettato per offrire grande comfort durante lunghi allenamenti, mentre il tessuto superiore impermeabile e traspirante mantiene i piedi sempre asciutti.

TARGET DI CONSUMO:
•Uomini di tutte le età (cliente principale 25-55 anni).
•In cerca di articoli moda unici, contemporanei e stilosi per aggiornare il proprio guardaroba.
•Desiderosi di indossare abiti con caratteristiche tecnologiche.
•Con uno stile di vita attivo o atletico.

USO:
•Cross training, allenamento ad alto impatto, core, step, cardio training, aerobica.

LA TECNOLOGIA HYPERFEET

HYPERFEET

TRASPIRANTE E IMPERMEABILE

L'upper è realizzato in tessuto D.I.W.O.® (Dry In, Wet Out), che è traspirante, termoregolante e privo di cuciture interne, per il massimo comfort.

STABILE E SENZA IMPATTI

Il supporto laterale è rigido, per mantenere saldamente il piede e prevenire infortuni. La novità più rivoluzionaria è l'inserto antiscivolo nella suola, che migliora la presa durante i movimenti, soddisfacendo così le esigenze di fitness sia al chiuso che all'aperto. La suola è realizzata in EVA, un materiale ultra-leggero a bassa densità che assorbe gli urti.

HYPER FEET

PROCURVE IN SINTESI

L'idea alla base del PRO CURVE è stata, in un certo senso, "rubata" dall'universo femminile di Freddy. Questo capo, infatti, ha riscosso un grande successo nella linea donna durante la scorsa stagione estiva. Il PRO CURVE è quindi la versione maschile del D.I.W.O.® CURVE, la giacca outdoor con zip curvata, realizzata ora in tessuto elastan poliestere. Le tre parole chiave sono: design, semplicità e funzionalità. Il modello è esclusivo, progettato e brevettato da Freddy. La zip curvata con doppio cursore consente di indossarla facilmente e facilita l'accesso alle tasche interne. Le prestazioni dei tessuti, unite al design del capo, garantiscono ottimi risultati in termini di vestibilità. La tasca interna termosaldata per lo smartphone, i fori per le cuffie e le tasche laterali con zip invisibili rendono questo capo estremamente funzionale.

TARGET DI CONSUMO:
Uomini di tutte le età (cliente principale 25-55 anni)
In cerca di articoli moda unici, contemporanei e stilosi per aggiornare il proprio guardaroba
Che vogliono indossare capi con caratteristiche tecnologiche
Con uno stile di vita attivo o atletico

USO:
Tecnologia brevettata
Active wear perfettamente adatta sia dentro che fuori dalla palestra

LA TECNOLOGIA PROCURVE

PROCURVE

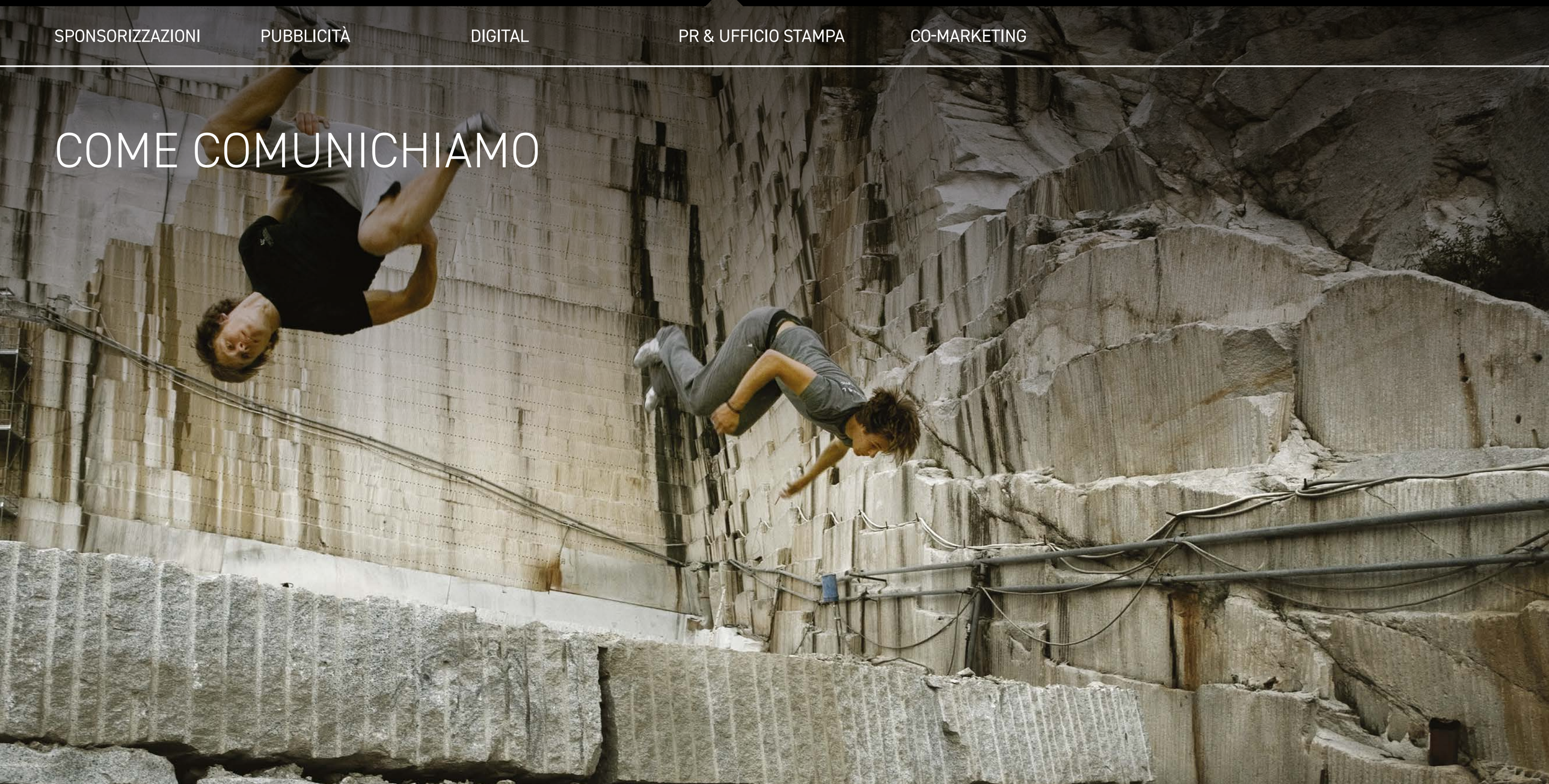
VESTIBILITÀ CONFORTEVOLE
Le prestazioni dei tessuti, unite alla innovativa zip curva con doppio cursore, garantiscono ottimi risultati in termini di vestibilità.

MAXIMA FUNZIONALITÀ
Una tasca interna termosaldata per smartphone, fori per le cuffie, tasche con zip invisibili e tessuto impermeabile rendono questo capo estremamente funzionale.

TECNOLOGIA BREVETTATA
Design esclusivo, studiato e brevettato da FREDDY. Brevetto italiano.

PROCURVE

COME COMUNICHIAMO



SPONSORIZZAZIONE E ACCORDI DI FORNITURA UFFICIALE

FEDERAZIONE GINNASTICA D'ITALIA
I legami tra Freddy e il mondo dello sport si sono ulteriormente rafforzati nel 2002, quando Freddy è diventata fornitore ufficiale della Federazione Italiana Ginnastica in vista delle Olimpiadi di Atene 2004, accompagnando Igor Cassina alla medaglia d'oro, la squadra giovanile di ginnastica ritmica alla medaglia d'argento e il testimonial speciale Jury Chechi alla medaglia di bronzo. Da allora, Freddy ha supportato tutti gli atleti della Federazione Italiana Ginnastica, fornendo loro assistenza tecnica di alta qualità.

TEATRO ALLA SCALA
La leadership nel mondo della danza è stata consolidata nel 2005 con l'accordo firmato con il Teatro alla Scala di Milano. L'accordo ha sancito la realizzazione di numerosi progetti importanti, tra cui, in particolare, l'uniforme ufficiale del "Corps de Ballet" della Scala di Milano e una nuova collezione di abbigliamento e accessori per danza a marchio "Freddy La Scala". Oggi, Freddy è sponsor e fornitore ufficiale dell'Accademia Teatro alla Scala di Milano.

ROYAL OPERA HOUSE
Il prestigio internazionale è cresciuto ulteriormente nel 2008 con la firma di un importante accordo di licenza (fino al 2015) con il Royal Ballet presso il Royal Opera House di Londra. Ancora una volta, è stata creata e venduta in tutto il mondo una linea personalizzata.

PUBBLICITÀ

WR.UP®

https://youtu.be/Ci-stqN3WcU

https://youtu.be/gI2ptz5WwjA

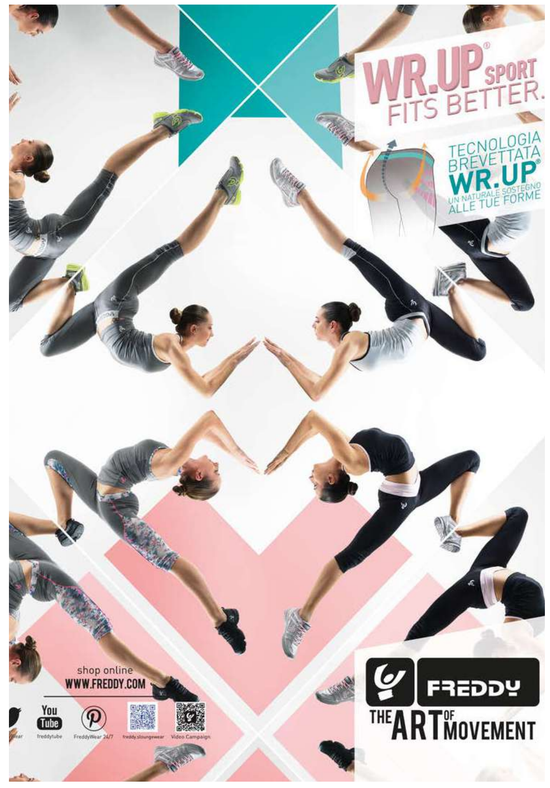
WR.UP®

https://youtu.be/H71nBTkubo4

https://youtu.be/RiDTPBYwbkU

WR.UP® SPORT

https://youtu.be/gpbhlU8DyPg



https://youtu.be/tHIHvalzD7s

3PRO BALLERINA

https://youtu.be/pBgCmwWVsTw

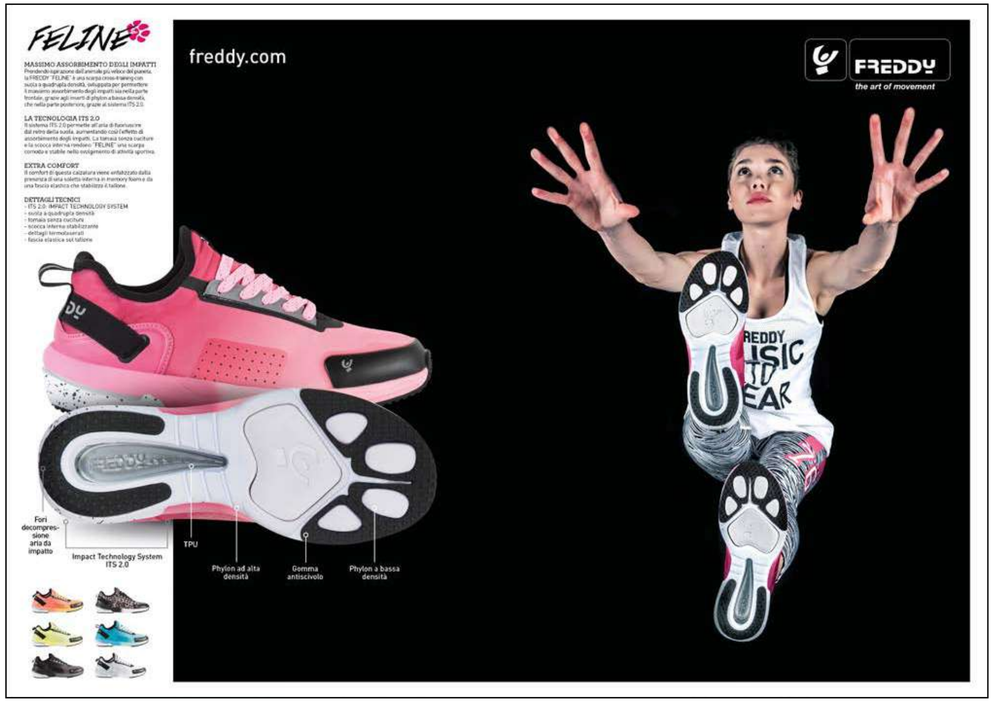
D.I.W.O.® CURVE

https://youtu.be/iXiFu8Qx9a8

PROPANTS ACTIVE

https://youtu.be/tSwV4A5nIiY

FELINE



https://www.youtube.com/watch?v=3iRUcxbmiu4

HYPERFEET

https://www.youtube.com/watch?v=15DaSXgbh4o

THE WORLD WIDE WR.UP® COMMUNITY

https://www.youtube.com/watch?v=2DksqxH6lh0

THE WORLD WIDE MEN.TRIBE

https://youtu.be/dZ73pb34i5Y

100% MADE IN ITALY

https://www.youtube.com/watch?v=5Lv4BDFSjEE

THE ART OF MOVEMENT

https://youtu.be/XV0v3nP5fIg

WR.UP®-IN

https://youtu.be/U_2zM260Zr8

LAOLU SENBANJO

https://youtu.be/INEE7BwVi0s

LUCA TOMMASSINI

https://youtu.be/pmns-YUSxUg

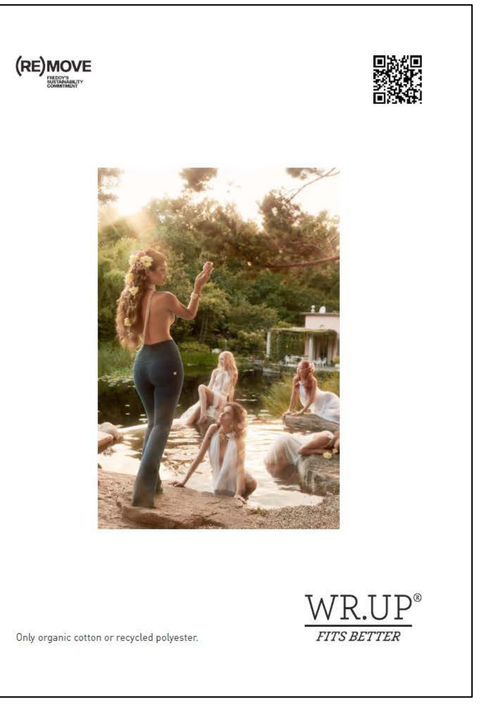
N.O.W.® PANTS

https://www.youtube.com/watch?v=Q0KqG8HWSIs

FREDDY ENERGY PANTS

https://www.youtube.com/watch?v=_D2aGzUiUVg

WR.UP® - FOR NATURE

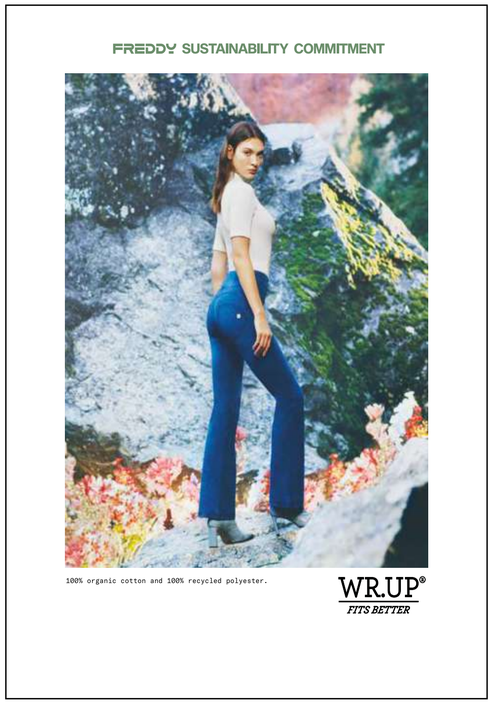


https://www.youtube.com/watch?v=qNIK_ubRjmY

FREDDY ENERGY

https://www.youtube.com/watch?v=TwU4UEpRBsk

WR.UP®



PUFF BOOT

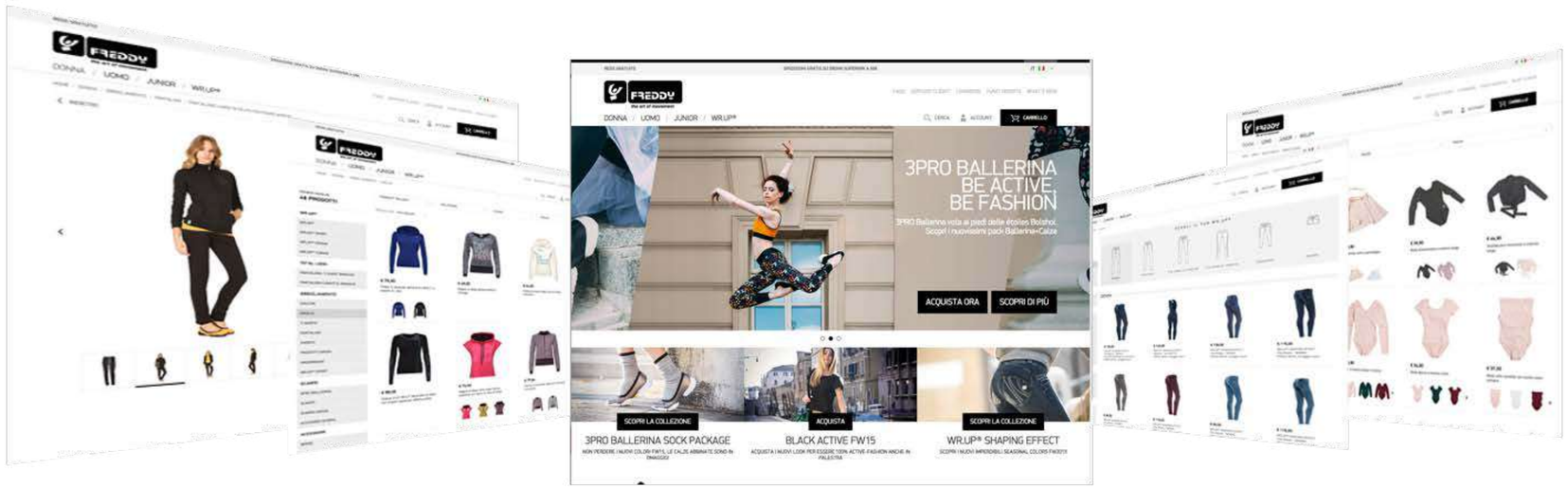
CARGO PANTS

https://youtu.be/o5AFjcIiSco

COMUNICAZIONE DIGITALE

WEB, SOCIAL MEDIA (FACEBOOK, INSTAGRAM, TWITTER, PINTEREST) E CONTENUTI DEL SITO AZIENDALE (WWW.FREDDY.COM)

Il web è uno strumento di comunicazione fondamentale e, infatti, Freddy comunica attivamente e costantemente con blogger e forum, attraverso un uso continuo del product seeding, dei media, di VIP e celebrità, in modo da permettere loro di sintonizzarsi immediatamente con il marchio, riconoscerne le qualità tecniche e lo stile, e quindi scegliere i suoi capi da indossare nella vita privata e professionale.



PUBBLICHE RELAZIONI E UFFICIO STAMPA

L'ufficio stampa di Freddy si occupa della diffusione delle informazioni dall'interno dell'azienda verso l'esterno, raggiungendo clienti attuali e potenziali per fornire loro tutte le novità su un marchio in costante evoluzione.

Il tono e i contenuti sono sempre mirati a coinvolgere tutte le persone interessate, con un piano di comunicazione costruito attorno a vari canali e media diversificati, tra cui, ad esempio, comunicati stampa, conferenze stampa e eventi di lancio dei prodotti.

CELEBRITÀ

I pantaloni WR.UP® stanno diventando i più ricercati dalle celebrità!

Britney Spears, Hilary Duff, Abbey Clancy, Lea Michele, Hayden Panettiere ed Eva Longoria sono solo alcune delle celebrità recentemente viste indossarli.

CO-MARKETING

Freddy presta particolare attenzione alla scelta dei suoi partner quando intraprende operazioni di co-marketing, e le aziende selezionate devono soddisfare alcuni requisiti, tra cui:

•Immagine coerente con i valori di Freddy

•Target di riferimento e stile di vita dei consumatori in linea con il DNA di Freddy

Oggi, più che mai, la scelta delle alleanze strategiche non può essere lasciata al caso e deve essere legata a sinergie naturali ma vincolanti. Alcuni esempi di recenti attività di co-marketing:

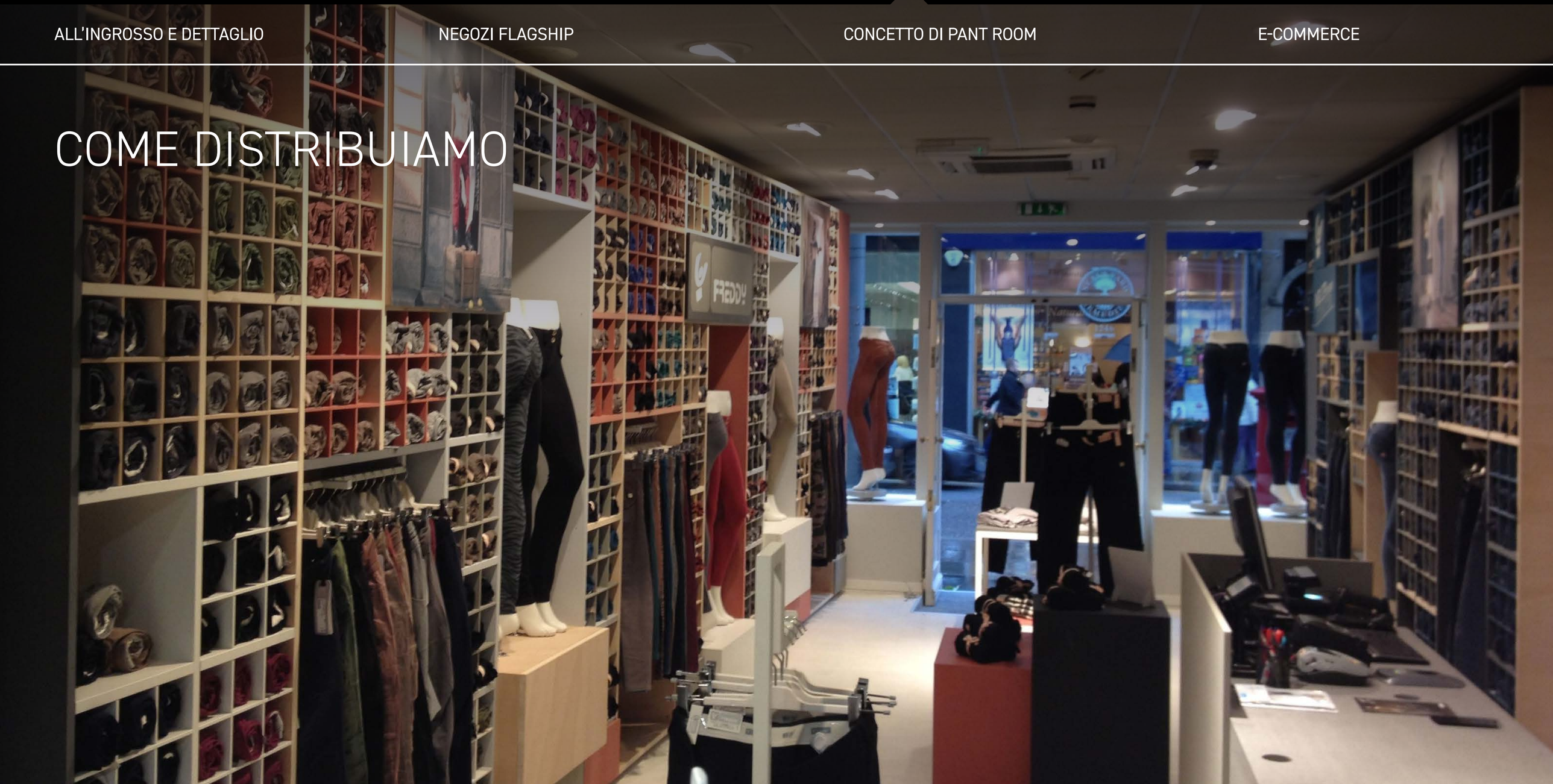
•Nissan

•Vitasnella

https://youtu.be/p9N096e1sjg

https://youtu.be/2hmjGb3lrqg

COME DISTRIBUIAMO



INGROSSO E DETTAGLIO

La distribuzione attraverso canali all'ingrosso e al dettaglio è attentamente bilanciata in un processo che sostiene la strategia di sviluppo del gruppo.

Freddy ha attualmente 48 Flagship Stores e/o Pant Rooms in tutto il mondo, mentre la rete di distribuzione Freddy ha accesso a oltre 130 shop-in-shop/corner nelle principali catene di abbigliamento sportivo e nei grandi magazzini. Negli ultimi anni, l'azienda ha intrapreso una significativa strategia di crescita internazionale.

Attualmente, Freddy conta più di 1.500 punti vendita nei principali paesi europei e in mercati non europei, tra cui USA, Canada, Sudafrica, Australia, Giappone e Cina.

Il retail rappresenta un canale importante per raggiungere il cliente finale, trasmettendo un'immagine accurata del marchio e raccogliendo le percezioni dei consumatori sui prodotti e sulla comunicazione.

NEGOZI FLAGSHIP

«Le nostre negozi sono la parte più importante della nostra comunicazione, perché sono tridimensionali, mentre la pubblicità televisiva e cartacea è piatta ...»

Una struttura semplice che unisce il tradizionale e il contemporaneo, dando vita a uno spazio sorprendente; un mod rivoluzionario di entrare in relazione con lo sport permeato di moda, e con la moda permeata di sport, in un equilibrio magico.

IL CONCETTO DI PANT ROOM

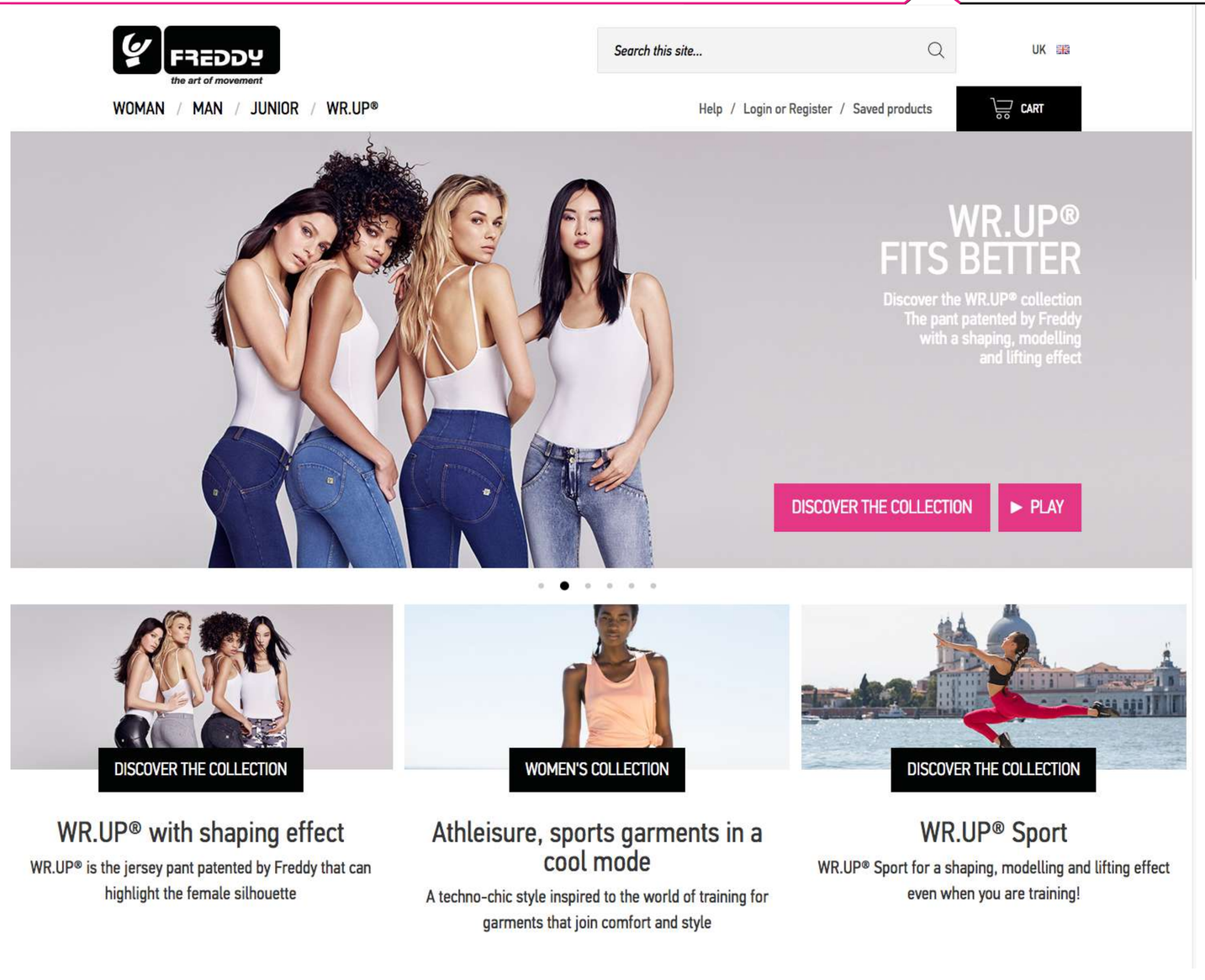
Uno spazio creato all'inizio del 2013 per celebrare il prodotto che è sempre stato il protagonista delle collezioni Freddy: i pantaloni!

Un ambiente in continua espansione dove i pantaloni WR.UP® sono i protagonisti indiscussi di una crescita costante che coinvolge la realtà del retail per consolidare l'immagine di Freddy.

E-COMMERCE

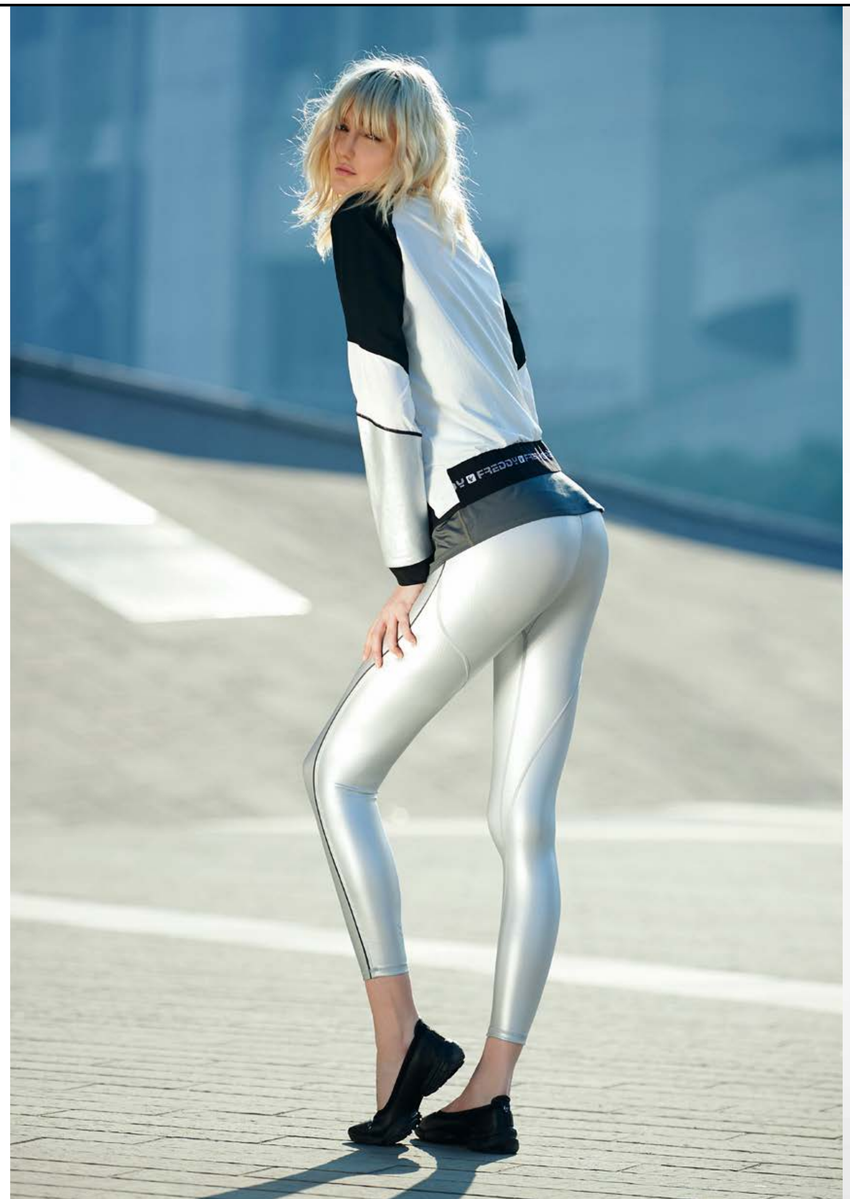
FREDDY VENDE ONLINE ATTRAVERSO I SEGUENTI CANALI:

- E-commerce di Freddy: www.freddy.com
- E-commerce dei distributori di Freddy
- Negozi dei clienti che vendono online
- Piattaforme di marketplace



TARGET SPECIFICO

La donna e l'uomo FREDDY sono attivi, dinamici, sportivi e al tempo stesso glamour. Freddy, attraverso i suoi prodotti iconici, interpreta perfettamente il concetto di Athleisure, l'unione tra Sport e Moda: jersey, elastan, tecnologia e dettagli stilistici si fondono per creare un inconfondibile stile Active Fashion, in cui il mix tra Sport Attivo e Moda viene reinterpretato in modo unico.



WWW.FREDDY.COM

freddy1976
https://www.facebook.com/freddy1976/

freddywear
https://www.instagram.com/freddywear/

FreddyWear
https://twitter.com/FreddyWear

FreddyWear
https://www.pinterest.com/FreddyWear/

freddytube
https://www.youtube.com/user/freddytube