

ESPRIT

ESPRIT PRESENTA LA CAMPAÑA #ImPerfect



La estrategia de comunicación de Esprit para el próximo otoño/invierno 2015 gira en torno a las cuestiones de la perfección y la imperfección y rinde homenaje al individualismo. El look elegido para la campaña representa el sentimiento de libertad de expresión sin límites característico de la década de 1970, los primeros años de la creación de Esprit. Con esta campaña, Esprit intensifica, una vez más, su estrategia de marketing.

Ratingen, agosto de 2015 – La marca internacional de moda Esprit desvela el tema de su campaña otoño/invierno 2015, que presenta el hashtag ImPerfect a través de un divertido casting de personajes muy diferentes entre sí, cada uno de ellos con un look único y particular, por medio de anuncios en televisión, prensa impresa y online así como otros formatos menos habituales, que se desarrollará entre septiembre y diciembre de 2015. De este modo, Esprit intensifica, una vez más, sus esfuerzos en marketing.

#ImPerfect – UN HOMENAJE A “TU” PERFECCIÓN.

¿Quién es perfecto? De hecho, las pequeñas imperfecciones son las que convierten a las personas en individuos memorables y hacen que destaquen entre los demás. Este es el sencillo mensaje que se encuentra detrás de la campaña #ImPerfect otoño/invierno 2015 de Esprit y, al mismo tiempo, la filosofía fundamental de la marca. Vamos a celebrar y a recibir con los brazos abiertos a nuestra propia personalidad, a quienes nosotros somos, en vez de tratar de ser como todos los demás.

#ImPerfect es un mensaje cuyo fin es conseguir transmitir a todo el mundo la fuerza necesaria para amar todas y cada una de las pequeñas imperfecciones y a las diferentes maneras de ser, aquellas cualidades

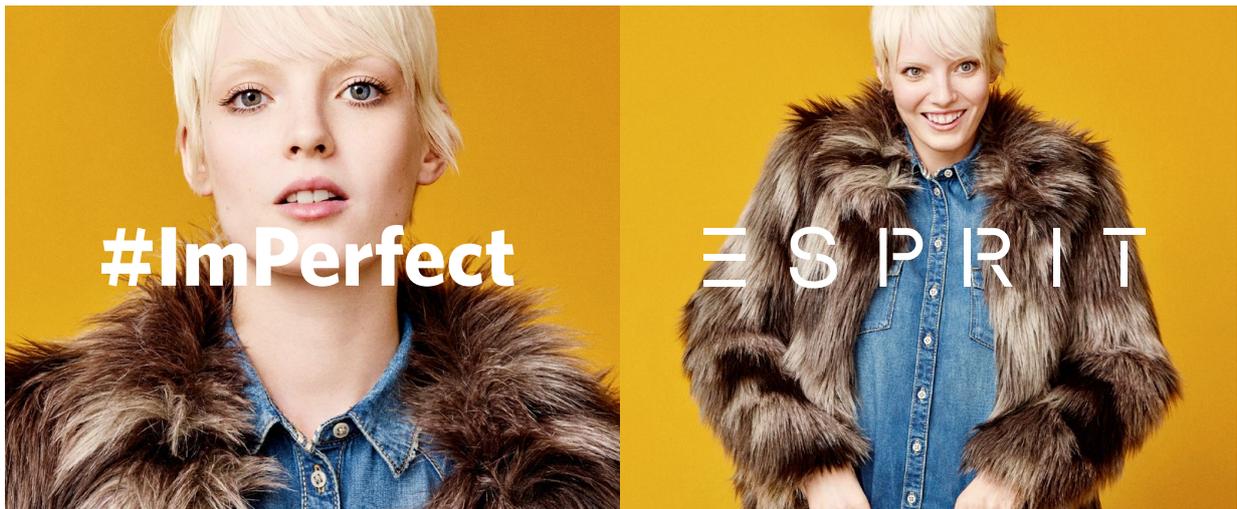
ESPRIT

que nos convierten, a cada uno de nosotros, en perfectos por derecho propio. Es una invitación a experimentar con la moda. La sencillez y el doble sentido de esta campaña permiten a los espectadores decidir por sí mismos lo que para ellos significa realmente #ImPerfect.

LA INCONFUNDIBLE PERSONALIDAD DE ESPRIT, PRESENTADA CON UN TOQUE HUMANO

La campaña #ImPerfect ha sido realizada por el conocido fotógrafo Christian MacDonald y está protagonizada por un divertido casting de personajes cada uno con un look único y extraordinario. Estos rostros y estilos tremendamente diversos muestran con toda claridad la falsedad del concepto de que un solo look es el rey o que el ganador siempre es un solo estilo de moda.

“Con la campaña estamos volviendo a conectar con la comunicación de los orígenes Esprit y los primeros años de la marca, reinstaurando la fuerza, la pasión por la causa y el espíritu humano que siempre han estado en nuestro ADN.” comenta Arnd Müller, Vicepresidente Senior responsable de Marketing global y miembro del Comité de Dirección de la marca. “Creemos que la campaña va a alcanzar un enorme eco entre las generaciones más jóvenes de hoy en día de una forma inconfundible y auténtica.”



UN REGRESO AL FOLK

Que época podría ser más indicada que los años 1970, los primeros años de Esprit, para representar la característica noción de una libertad de expresión sin límites. Los colores fuertes del fondo de la campaña se siguen manteniendo sin cambios. Sin embargo, el elenco tan diverso de los personajes que la protagonizan y sus looks favoritos en jacquard, bouclé, ante, patchwork, denim, cuadros escoceses, punto, diseños realizados en piel ecológica y mucho más... sí son diferentes. Independientemente del look que escojas, lo que te está esperando es un sentimiento de diversión y de libertad.

Si deseas más información e imágenes de prensa, por favor, ponte en contacto con:

Blanca Núñez
blanca@finallypress.com

DOWNLOAD

[hi-res pictures here](#)



SOBRE ESPRIT

Fundada en 1968, Esprit es una marca de moda internacional que rinde homenaje a sus raíces y expresa una actitud relajada ante la vida, típica de la soleada California. Esprit crea colecciones inspiradoras para mujer, hombre y niños, realizadas en materiales de la mejor calidad y prestando especial atención a los detalles. Todos los productos de Esprit demuestran el compromiso del Grupo de hacer que sus consumidores “estén contentos de estar bien vestidos”. El “esprit de corps” de la compañía refleja una actitud positiva y de interés ante la vida, que incluye a la comunidad, la familia y los amigos, en un californiano estilo relajado y deportivo. El estilo de Esprit.

Las colecciones de Esprit están disponibles en más de 40 países de todo el mundo, en más de 900 tiendas de dirección propia y en más de 7.800 puntos de venta, entre los que se incluyen las franquicias y los espacios propios en grandes almacenes. El Grupo comercializa sus productos bajo dos marcas, la marca Esprit y la marca edc. Esprit cotiza en la Bolsa de Hong Kong desde 1993. La marca Esprit dispone de sedes en Alemania y en Hong Kong.