

ESPRIT

ESPRIT LANSEERAA #IMPERFECT-KAMPANJAN



Esprit'n syksyn/talven 2015 viestintästrategiassa nostetaan esiin täydellisyyden ja epätäydellisyyden teemat ja ylistetään yksilöllisyyttä. Valitsemamme kampanjailme edustaa tinkimätöntä ilmaisunvapautta, joka on luonteenomaista 1970-luvulle ja Esprit'n perustamisajalle.

Ratingen, elokuuta 2015 - Kansainvälinen muotibrändi Esprit paljastaa syksyn/talven 2015 kampanjateeman, jota edustaa ImPerfect-hashtag ja johon kuuluu elävä ja monipuolinen joukko uniikkeja hahmoja.

#ImPerfect – OLET TÄYDELLINEN “SINÄ”

Kuka on täydellinen? Juuri ne pienet epätäydellisyydet tekevät meistä kaikista ikimuistoisien, sellaisen, joka erottuu joukosta. Tämä yksinkertainen viesti sisältyy Esprit'n syksyn/talven 2015 #ImPerfect -kampanjaan ja brändin ydinfilosofiaan. Juhlistetaan ja hyväksytään itsemme sellaisena kuin olemme pyrkimättä olemaan muiden kaltainen.

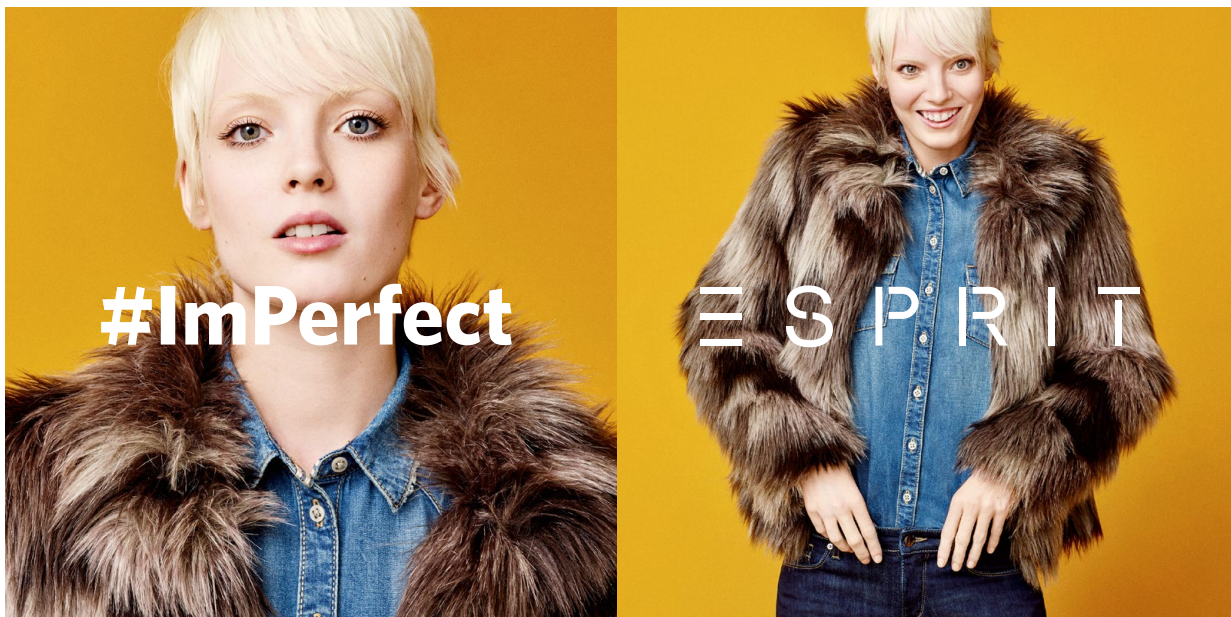
#ImPerfect on viesti, jonka tavoitteena on voimaannuttaa ihmiset rakastamaan kaikkia pikku epätäydellisyyksiään ja erilaisia persoonallisuuksia, ominaisuuksia, jotka tekevät jokaisesta juuri täydellisen. Se on kehoitus tehdä kokeiluja muodin parissa. Kampanjan yksinkertaisuus ja kaksoismerkitys kutsuu katsojan päättämään, mitä #ImPerfect itse kullekin merkitsee.

ESPRIT

SELKEÄSTI ESPRIT-ASENNE INHIMILLISELLÄ SÄVÄYKSELLÄ HÖYSTETTYNÄ

Maineikkaan valokuvaajan Christian MacDonaldin kuvaamassa #ImPerfect-kampanjassa on eloisa joukko erinäköisiä ja uniikkeja hahmoja. Kasvojen ja tyylien huikea monimuotoisuus torjuu näkemyksen, että olisi olemassa jokin "ideaali" lookki tai että jokin muotivirtaus olisi muita parempi.

"Tämän kampanjan myötä teemme kunniaa Esprit'n juurille ja brändin varhaisvuosille, palaamme voimaantumisen ajatukseen, aatteellisuuteen ja inhimillisyyteen, jotka ovat aina olleet osa yrityksemme DNA:ta", kommentoi Arnd Müller, globaalin markkinointiosaston apulaisjohtaja ja markkinointitiimin jäsen. "Uskomme tämän kampanjan löytävän kaikupohjan nuoren sukupolven keskuudesta selvästi erottuvalla ja autenttisella tavalla."



FOLK-TYYLIN PALUU

Mikä edustaisikaan paremmin tinkimätöntä ilmaisuvapautta kuin 1970-luku: Esprit'n varhaisvuodet. Kampanjan vahva taustaväritys pysyy muuttumattomana, mutta hahmojen moninaisuus ja heidän eri tyyliensä ja monet materiaalit, kuten jacquard, buklee, mokka, tilkkutyö, denim, ruudut, neulokset, tekoturkis ja monet muut - vaihtuvat. Mikä valintasi ikinä onkaan, vapaus ja hauskuus odottavat sinua.

Lisätietoja ja lehdistökuvia:

Red and Square Fashion PR

Emma Mattson

emma@redandsquare.com

Josefin Johansson

josefin@redandsquare.com

ESPRIT.COM

DOWNLOAD

[hi-res pictures here](#)



TIETOA ESPRIT'STÄ

Vuonna 1968 perustettu Esprit on kansainvälinen muotimerkki, joka on uskollisena juurilleen ilmentää kalifornialaisittain rentoa ja aurinkoista elämänsäsenettä. Esprit luo laadukkaista materiaaleista valmistettuja inspiroivia mallistoja naisille, miehille ja lapsille yksityiskohdista tinkimättä. Kaikki Esprit'n tuotteet heijastavat konsernin sitoumusta siihen, että asiakkaat voivat tuntea olonsa hyväksi näyttämällä hyvältä. Yrityksen moraalit heijastaa positiivista ja lämminhenkistä suhtautumista elämään, yhteisöön, perheeseen ja ystäviin rennon kalifornialaiseen tyyliin - Esprit'n tyyliin.

Esprit'n mallistot ovat saatavilla yli 40 maassa, yli 900 myyntipisteessä ja yli 7 800 tukkumyyntipisteessä, mukaan lukien franchising-kumppanien myyntipisteissä ja tavarataloissa. Konserni markkinoi tuotteitaan Esprit ja edc -tuotemerkkien alaisuudessa. Esprit Holdings Limited on ollut vuodesta 1993 lähtien listattuna Hongkongin pörssissä ja yrityksen pääkonttorit sijaitsevat Saksassa ja Hongkongissa.