

ESPRIT

ESPRIT LANSERAR #IMPERFECT KAMPANJ



Esprits Fall/Winter 2015 kommunikationsstrategi väcker frågor om vad det betyder att vara perfekt, och firar individualismen. Kampanjens look representerar känslan av ohämmad yttrandefrihet inspirerad av 1970-talet och Esprits tidiga dagar.

Ratingen, augusti 2015 - Internationella modemärket Esprit avslöjar temat för deras Fall/Winter 2015 kampanj, som med hashtaggen ImPerfect uttrycker sig genom ett livligt och varierat urval av unika karaktärer.

#ImPerfect – FIRAR DEN PERFEKTA ‘DU’

Vem är perfekt? Egentligen är det de små bristerna hos en person som gör personen oförglömlig och att man sticker ut från mängden. Detta är det enkla budskapet bakom Esprits Fall/Winter 2015 #ImPerfect kampanj, och modemärkets kärnfilosofi. Låt oss fira och omfamna vilka vi är, snarare än att sträva efter att vara som alla andra.

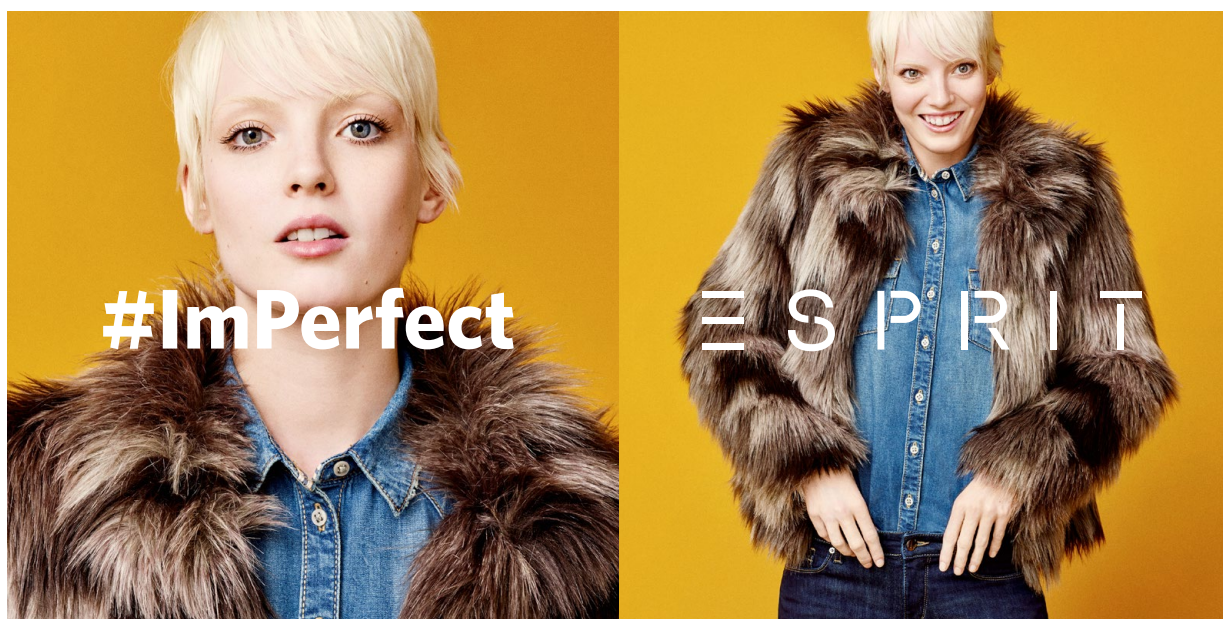
#ImPerfect är ett budskap som syftar på att stärka den enskilde till att älska alla dessa små brister och olika sätt att vara, egenskaper som gör var och en av oss perfekt på vårt egna sätt. Det är en inbjudan att experimentera med mode. Med all enkelhet och dubbelmening, tillåter kampanjen betraktarna att göra upp sin egen mening om vad #ImPerfect betyder för dem.

ESPRIT

EN DISTINKT ESPRIT ATTITYD LEVERERAT MED EN MÄNSKLIIG KÄNSLA

Fotograferat av den berömda fotografen Christian MacDonald presenterar #ImPerfect kampanjen ett livligt och varierat urval av karaktärer med unika utseenden. De väldigt olika ansiktena och stilarna visar tydligt att det inte längre finns bara ett enda mode eller skönhets ideal.

“Med denna kampanj, går vi tillbaka till rötterna av Esprits kommunikation och de tidiga dagarna av märkets begynnelse, återinför egenmakt, passionen för detta ämne och en mänsklig anda som alltid varit i vårt DNA” kommenterar Arnd Müller, Senior Vice President Head of Global Marketing and Member of the Executive Management Team. “Vi tror att kampanjen kommer att bli populär bland dagens yngre generationer på ett distinkt och autentiskt sätt.”



EN MÄNSKLIIG REVIVAL

Vilken era skulle passa bättre för att representera begreppet av ohämnad yttrandefrihet än 1970-talet: Esprits tidiga år. Den tydliga bakgrunden till kampanjen är oförändrad, det som dock är förändrat är karaktärerna och deras favorit looks i jacquard, bouclé, patchwork, denim, skottsrutigt, stickat, fuskpäls och en hel del fler. Oavsett vad du väljer, väntar en känsla av frihet och glädje.

Presskontakt:

Red and Square Fashion PR

Emma Mattson

emma@redandsquare.com

Josefin Johansson

josefin@redandsquare.com

ESPRIT.COM

DOWNLOAD

[hi-res pictures here](#)



OM ESPRIT

Grundat 1968, Esprit är ett internationellt modemärke som hyllar sina rötter och uttrycker avslappnad, solig Kalifornien-attityd. Esprit skapar inspirerande kollektioner för kvinnor, män och barn med känsla för fina detaljer och högkvalitativa material. Samtliga Esprit produkter visar koncernens engagemang för att ge kunden en "feel good to look good"-känsla. Företagets "esprit de corps" reflekterar en positiv och omtänksam inställning till livet och omfamnar gemenska, familj och vänner - i en vardaglig, avslappnad Kalifornien-stil. Esprit stilen.

Esprits kollektioner finns i mer än 40 länder i över 900 Espritbutiker och säljs hos mer än 7 800 återförsäljare. Detta inkluderar franchisepartners och säljtor i varuhusen. Koncernen marknadsför sina produkter under två varumärken, nämligen Esprit och edc. Noterat på Hong Kong börsen sedan 1993 har Esprit huvudkontor i Tyskland och Hong Kong.