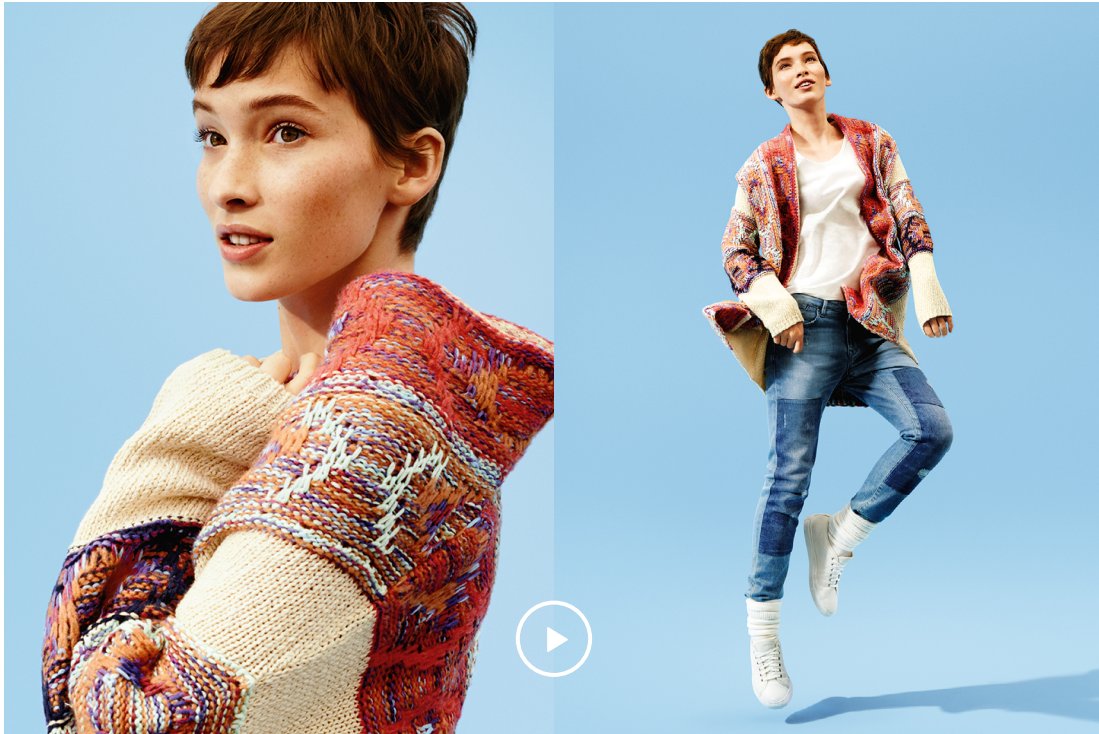


ESPRIT

#ImPerfect - It's All About Energy



Ratingen, Février 2016 - Esprit dévoile pour le Printemps 2016 une interprétation très animée de sa campagne #ImPerfect, et réunit en hommage à la pop culture des années 90 un nouveau casting sauvage de caractères.

Reprenant son concept #ImPerfect lancé à l'automne 2015, Esprit le décline cette saison dans une variation freestyle mêlant danse et musique. Une initiative osée qui bouscule une collection de Printemps aux inspirations vintage et colorées.

Le point de départ de la campagne : cette impérieuse envie de danser qui nous saisit lorsque résonnent les premières notes d'une Boombox... Danseur confirmé ou adepte d'un freestyle personnel, qui ne s'est jamais laissé aller à quelques pas ou à une chorégraphie endiablée ? Pour ce nouveau chapitre d'#ImPerfect, Esprit a invité douze danseurs amateurs à improviser librement au son d'un beat soigneusement sélectionné.

Sur un plateau aux couleurs acidulées, chacun des nouveaux visages d'Esprit a trouvé un Ghetto-blaster. Au programme, un seul titre : le hit 90's « Pump up the jam » de Technotronic. À eux de presser 'Play'... And play !

Le résultat ? Une campagne vibrante qui célèbre dans une série de vidéos et de portraits la mode, la danse et l'audace, illustrant la philosophie de liberté et d'authenticité d'Esprit.

ESPRIT



Dans l'objectif du photographe Matteo Montanari, les images de la campagne fixent l'essence même d'#ImPerfect, révélant à la lumière la personnalité de chacun. Une palette de nuances pastel met en valeur la belle diversité des matières et le chic printanier des must-haves Esprit et edc. Des silhouettes simples et décontractées y évoluent dans de multiples imprimés, dans des mailles grosse jauge, dans des pantalons larges raccourcis et dans des blousons fittés pour un nouveau twist denim.

Lancée à l'automne 2015, la campagne #ImPerfect d'Esprit a conquis les réseaux sociaux avec un selfie tool disponible sur le site de la marque et permettant à chacun d'immortaliser son instant #ImPerfect. Fun, mode ou décalés, les portraits ainsi générés ont offert au concept une visibilité globale grâce à de multiples partages sur les réseaux sociaux. Une campagne virale qui a permis de toucher des millions de personnes à travers le monde.

« Nous sommes ravis du succès qu'a rencontré Esprit avec sa première campagne #ImPerfect, qui lui a permis de lier image et business », commente Arnd Mueller, Chief Brand Marketing Officer. « #ImPerfect a généré une progression significative de la notoriété d'Esprit sur ses marchés historiques. Nous sommes heureux de poursuivre son développement pour la saison Printemps-Été. »

Invitation à la personnalité, #ImPerfect met en scène une perception contemporaine de la beauté, éclectique, multiple, partagée et engagée !

Contact presse :

Univers Presse

sabrina@universpresse.fr

lara@universpresse.fr

DOWNLOAD

hi-res pictures here



À PROPOS D'ESPRIT

Fondée en 1968, la marque internationale de prêt-à-porter Esprit rend hommage à ses racines et s'inspire d'une philosophie de vie californienne naturelle et décontractée. Pour la femme, l'homme et l'enfant, Esprit signe des collections à la qualité et au souci du détail instantanément reconnaissables. Chacun des produits Esprit traduit ainsi l'engagement continu du Groupe pour permettre à ses consommateurs de s'exprimer dans leur allure. L'« esprit de corps » du Groupe reflète une philosophie de vie philanthrope et positive qui embrasse communauté, famille et amis dans un style californien casual et décontracté - Le style Esprit.

Présent dans plus de 40 pays, Esprit distribue ses collections dans plus de 900 boutiques en propre à travers le monde, ainsi que dans plus de 7 800 points de vente partenaires comprenant franchises et corners de grands magasins. Le Groupe commercialise ses produits sous ses deux marques Esprit et edc. Coté à la Bourse de Hong Kong depuis 1993, Esprit possède deux sièges opérationnels, en Allemagne et à Hong Kong.