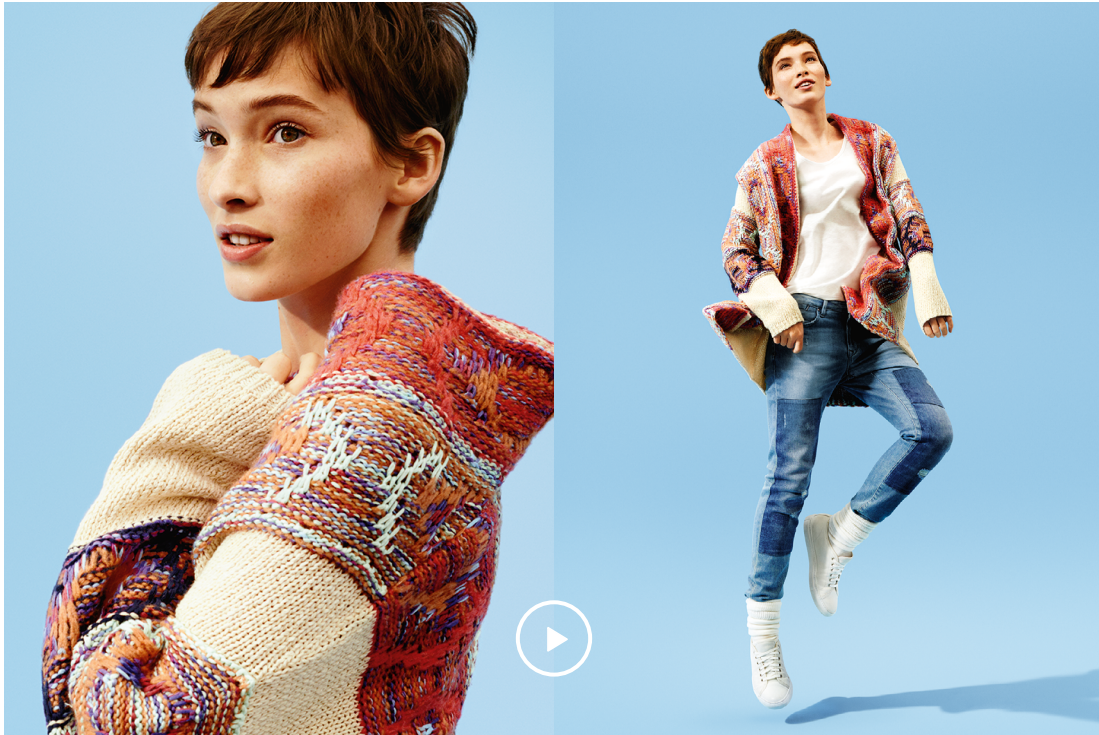


ESPRIT

#ImPerfect - Apuesta por la energía



La marca internacional de moda Esprit continua con su exitosa campaña #ImPerfect para esta Primavera - Verano 2016, esta vez con un nuevo y vibrante casting de personajes muy diferentes entre sí en un divertido homenaje a la música y la cultura pop de principios de los 90.

Con una importante evolución esta temporada, el concepto #ImPerfect apuesta por la forma más auténtica de individualismo: el baile.

La idea parte de un sentimiento que todos conocemos: esa característica sensación de cuando suena una buena canción que hace que tanto tu cuerpo como tus pies se muevan al ritmo, independientemente de que sea con tu mejor estilo de baile o de una forma más natural e imperfecta. En esta nueva entrega, la campaña reúne un casting de doce eclécticos personajes, ninguno de ellos bailarín profesional, que en las imágenes aparecen moviendo su cuerpo al ritmo, danzando y dejándose literalmente llevar por la música.

Durante la sesión de fotos, para propiciar el ambiente, los protagonistas tuvieron que bailar uno a uno, en solitario y en un espacio abierto con solo un equipo estéreo, el icónico éxito de los 90 "Pump Up The Jam" de Technotronic. Los bailarines improvisados de Esprit solo tuvieron que dejarse llevar por el ritmo.

El resultado es una campaña que emana energía y celebra lo que nos hace humanos y por tanto „imperfectamente únicos“. De este modo, Esprit intensifica, una vez más, sus esfuerzos con una ambiciosa campaña de marketing con difusión en prensa impresa y online así como otros formatos menos habituales.

ESPRIT



Fotografiada por Matteo Montanari, sus imágenes han sabido capturar el irresistible sentimiento de #ImPerfect, con todas sus imperfecciones. Realizadas en exteriores con luz natural, la dirección de arte es visualmente optimista. Los tonos pastel predominantes como fondo complementan a los looks haciendo resaltar las texturas, estampados y relajados a la par que sofisticados looks de la nueva colección de Esprit y edc. Definida por siluetas casuales y cool, cabe destacar su gran variedad de estampados y sus tejidos de punto artesanal combinados con una gran variedad de novedosas y diferentes piezas en denim, que va desde los jeans tobilleros anchos hasta las cazadoras vaqueras.

#ImPerfect fue presentada el pasado otoño 2015 con un gran lanzamiento dinamizado a través de una campaña de marketing que maximizó la visibilidad de Esprit en numerosos mercados. La aplicación de selfie #ImPerfect, por ejemplo, disponible en la web de la firma, creó un alto nivel de participación y de contenido de los usuarios, dando como resultado un efecto viral con millones de impresiones.

“Estamos encantados con el retorno tan positivo que hemos tenido con el primer ciclo de la campaña, que reforzó Esprit tanto a nivel de marca, como de negocio, y la catapultó a lo más alto del posicionamiento de marca de nuestro consumidores.” Comenta Arnd Mueller, Chief Brand Marketing Officer de Esprit. “Tenemos muchas ganas de seguir construyendo y expandiendo su efecto para esta Primavera - Verano.”

Dejando atrás las inhibiciones, #ImPerfect propone una vez más por un cambio en la percepción de la belleza, apostando por una que sea polifacética, realmente individualista y motivo de celebración.

Para ampliar la información y solicitar imágenes para prensa, rogamos contacten con:

Hugo Aragón
haragon@finallypress.com

DOWNLOAD

hi-res pictures here



SOBRE ESPRIT

Fundada en 1968, Esprit es una marca de ropa internacional que rinde homenaje a sus raíces y, por ello, promueve una actitud relajada ante la vida, propia de la soleada California. Esprit crea colecciones inspiradoras y hechas de materiales de alta calidad para mujer, hombre y niños, siempre prestando atención al más mínimo detalle. Todos los productos de Esprit muestran el compromiso del Grupo para hacer que los consumidores "se sientan bien para verse bien". El "esprit de corps" de la compañía refleja una actitud positiva hacia la vida, cuyos valores principales son la comunidad, la familia y los amigos - siempre siguiendo el estilo casual y relajado propio de California, el estilo Esprit.

Las colecciones de Esprit están disponibles en más de 40 países por todo el mundo, en más de 900 tiendas y en más de 7.800 puntos de venta al por mayor que incluyen franquicias y corners de grandes almacenes. El Grupo comercializa sus productos bajo dos marcas, la marca Esprit y la marca edc. Incluida en la lista Hong Kong Stock desde 1993, Esprit tiene oficinas centrales en Alemania y Hong Kong.