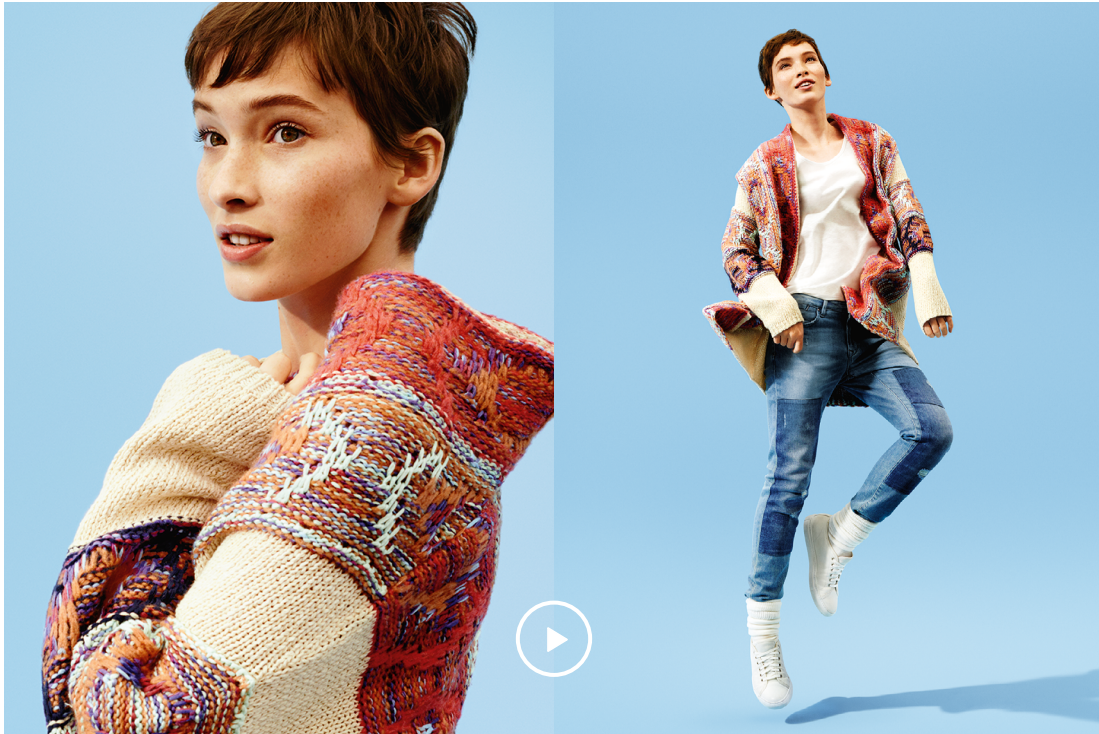


ESPRIT

## #ImPerfect - It's All About Energy



Ratingen, februari 2016 - Våren 2016 lyfter Esprit sin framgångsrika #ImPerfect-kampanj till en ny nivå där de hyllar entusiastiska och individuella personligheter med musik och popkultur från tidigt 90-tal.

#ImPerfect-berättelsen utvecklas och för våren omfamnar Esprit den ultimata formen av personligt uttryck: dans.

Vi känner alla igen den där pirriga känslan vi får när vi hör en bra låt och impulsivt börjar röra på oss. I det nya kapitlet av #ImPerfect får 12 män och kvinnor, ingen av de professionella dansare, släppa loss med egna moves, grooves och get downs.

För att få alla i rätt stämning fick dansarna vistas en och en på en plats under bar himmel tillsammans med endast en stereo. När de tryckte på play spelades Technotronics ikoniska 90-tals hit „Pump up the Jam“ och Esprits freestyle dansare började impulsivt röra på sig.

Resultatet är en kampanj som hyllar det lekfulla och personliga hos människan. Kampanjen kommer att spridas digitalt och i sociala medier under hela säsongen och visar Esprits ambitiösa marknadsföring för att nylansera och stärka varumärket.

# ESPRIT



Matteo Montanari är mannen bakom kameran som fångat #ImPerfect-känslan i ett varmt naturligt solljus med sin visuella estetik. Ljusa och pastellfärgade bakgrunder betonar färgskalan och framhäver plaggens olika texturer och mönster i den chica Esprit och edc kollektionen. Okomplicerade silhuetter fångar ögat med intressanta tryck, handvävda och handstickade plagg ihop med breda croppade byxor och mjukt skräddarsydda jackor ger en ny syn på denim.

#ImPerfect lanserades hösten 2015 med en „big bang mediakampanj“ som ökade Esprits exponering digitalt och i sociala medier. Kampanjen som presenterades på hemsidan skapade en våg av engagemang och resulterade i miljontals kontakter som blev en viral succé.

Arnd Mueller, Chief Brand Marketing Officer förklarar: „Vi är entusiastiska över den första framgångsrika kampanjcykeln som stärkt Esprits varumärke och företaget affärsmässigt. Kampanjen har fört Esprit tillbaka till en top of mind-position hos konsumenten och vi är glada över att expandera det för vår/sommar.“

#ImPerfect kampanjen släpper på alla hämningar och visar återigen en ny syn på skönhet - en skönhet som är mångfacetterad, personlig och värd att hylla!

**Presskontakt:**

Red and Square Fashion PR

Josefin Johansson

Tel: 08-642 68 37

e-mail: [josefin@redandsquare.com](mailto:josefin@redandsquare.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 gemenskap, 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.