

ESPRIT

ESPRIT PRESENTE SA CAMPAGNE #IMPERFECT



La stratégie de communication d'Esprit pour la saison Automne-Hiver 2015 s'intéresse au paradigme perfection / imperfection, et célèbre l'individualité. Les looks sélectionnés pour la campagne embrassent un sentiment de liberté d'expression absolue caractéristique des années 1970 qui ont vu naître Esprit. Esprit intensifie son action de communication avec cette nouvelle campagne.

Ratingen, Août 2015 - La marque de mode internationale Esprit intensifie sa communication et dévoile sa nouvelle campagne pour la saison Automne-Hiver 2015, qui réunit autour du hashtag #ImPerfect un casting pétillant et éclectique d'individus aux personnalités uniques.

#ImPerfect – CÉLÉBRER LA PERFECTION DE CHACUN

Qui est parfait ? Ce sont en réalité nos petites imperfections qui font de nous des individus aussi particuliers qu'inoubliables. Il s'agit, en toute simplicité, du message de la campagne @ImPerfect d'Esprit pour l'Automne-Hiver 2015, mais également de la philosophie au cœur de la marque : célébrons et embrassons qui nous sommes, plutôt que de nous efforcer à ressembler à tous les autres.

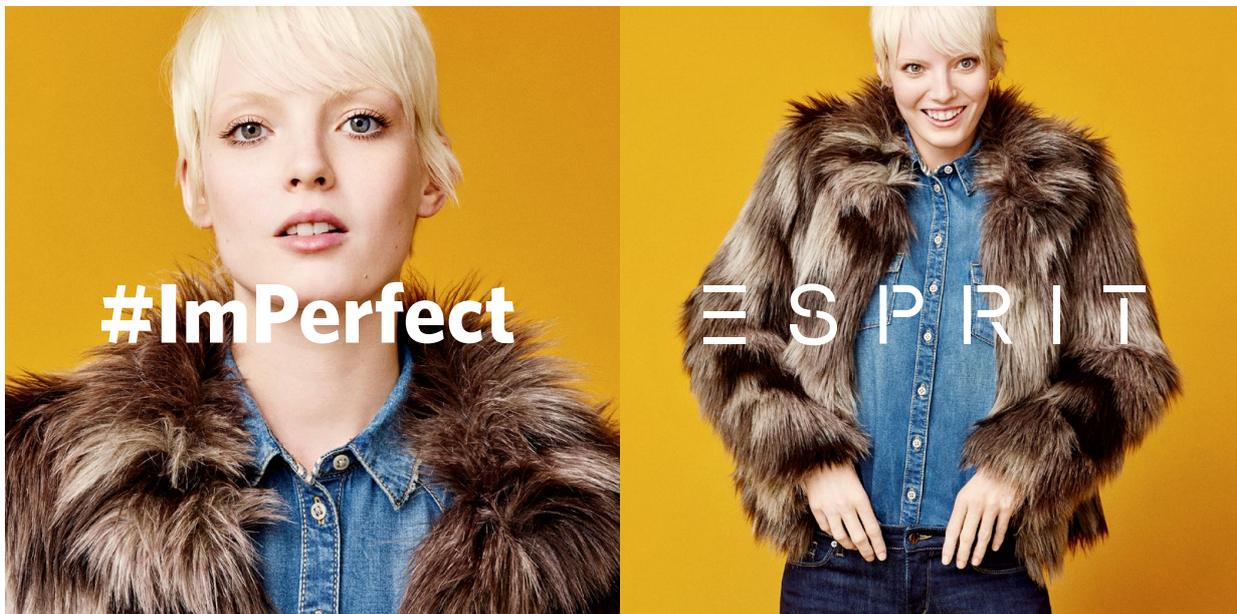
#ImPerfect cherche ainsi à encourager chacun à aimer ses petites imperfections et ses différentes manières d'être, qui sont autant de qualités contribuant à nous rendre sincèrement parfaits. Également une invitation aux expérimentations mode, la campagne, avec sa simplicité et son double sens, incite chacun à réfléchir à sa propre définition d'#ImPerfect.

ESPRIT

EMPREINTE D'HUMANISME, UNE ATTITUDE SIGNÉE ESPRIT

Photographiée par le célèbre Christian MacDonald, la campagne #ImPerfect présente un casting unique à la forte personnalité. À la clé, une fabuleuse diversité de visages et de styles qui démontre que c'est bien par la multiplicité de ses approches que la mode se définit.

« Avec cette campagne, nous faisons le lien avec les racines de la communication d'Esprit et les premières heures de la marque, et réaffirmons la vocation émancipatrice, l'engagement et l'humanisme qui ont toujours été au cœur de notre ADN » commente Arnd Müller, Senior Vice President, Head of Global Marketing et Membre de l'Executive Management Team. « Nous sommes convaincus que cette campagne trouvera écho dans la jeune génération d'aujourd'hui et sa soif de distinction et d'authenticité. »



UN REVIVAL FOLK

Quelle décennie plus représentative de cette absolue liberté d'expression que les Seventies, qui sont également les jeunes années d'Esprit ? L'unique décor aux couleurs vives de la campagne fait la part belle à son éclectique casting et aux silhouettes favorites de ses égéries : jacquard, bouclette, suédine, patchwork, denim, plaid, maille, fausse fourrure et plus encore... Quel que soit le choix de chacun, fun et liberté sont au rendez-vous.

Contact presse :

Univers Presse

sabrina@universpresse.fr

lara@universpresse.fr

ESPRIT.COM

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.