Informacja prasowa Warszawa, 31 sierpnia 2015

**Triumph w promuje kolekcję Amourette w bajkowym stylu**

**31 sierpnia wystartowała kampania promująca kolekcję damskiej bielizny Amourette, marki Triumph. Działania reklamowe, przygotowane przez dom mediowy Carat Polska obejmują telewizję, kino oraz internet.**

Najnowsza kampania reklamowa marki Triumph promuje docenianą przez kobiety na całym świecie, ponadczasową kolekcję Amourette. Triumph prezentuje krótki animowany film, w którym urzeczywistnia się marzenie o odnalezieniu swojego Ideału… biustonosza. Musicalowy spot jest kontynuacją kampanii, która poprzez hasło „Znajdź swój Ideał”, a wcześniej „Stand up for Fit”, zachęca kobiety do poszukiwań perfekcyjnie dopasowanej bielizny. Triumph, jako pierwsza na świecie marka bieliźniana, wykorzystuje animację w tak innowacyjny sposób, aby zwrócić uwagę kobiet na istotny temat jakim, jest odpowiednie dopasowanie rozmiaru i fasonu biustonosza. Która z nas nie marzy o tym, aby przenieść się do bajkowego świata … pełnego koronek i pięknych detali?

Główną postacią tego musicalowego filmu jest gwiazda sesji zdjęciowych Triumph, modelka Sports Illustrated - Hannah Ferguson. Natomiast w Polskiej wersji językowej, w roli głównej, usłyszymy gwiazdę i ambasadorkę marki Triumph - Barbarę Kurdej-Szatan

Kampania reklamowa kolekcji Amourette obejmuje działania w kinach, telewizji oraz w internecie. Od sierpnia na terenie całej polski w sieci kin Multikino wyświetlane będą 120” spoty . We wrześniu w ogólnopolskich, tematycznych oraz kobiecych stacjach telewizyjnych emitowany będzie 30” spot reklamowy. Działania reklamowe będą wsparte kampanią e-mail marketingową.

Za strategię, realizację, zaplanowanie i zakup mediów odpowiada dom mediowy Carat Polska (grupa Dentsu Aegis Network Polska). Kreacje reklamowe przygotowała agencja Stories AG . Kampania potrwa do końca września.

***-koniec-***

***O Triumph***

*Triumph International jest jednym z największych producentów bielizny na świecie. Firma jest obecna w ponad 120 krajach oferując swoje kluczowe marki: Triumph®, sloggi®, Valisère® i HOM®. Triumph na całym świecie współpracuje z 40 000 klientami multibrandowymi i sprzedaje swoje produkty w 2 100 salonach Triumph oraz w kilku własnych sklepach internetowych. Triumph zatrudnia ponad 33 000 pracowników i osiąga obroty wysokości 1.9 miliardów CHF (2013). Jest członkiem zarówno Business Social Compliance Initiative (BSCI) jak i Global Social Compliance Programme (GSCP).*

***O Carat:***

Dom mediowy Carat rozpoczął działalność w Polsce w 1993 roku. Carat jest największym na świecie niezależnym specjalistą od komunikacji marketingowej i liderem w tworzeniu zintegrowanych rozwiązań komunikacyjnych w oparciu o media cyfrowe. Carat oferuje usługi w obszarze badań marketingowych, strategii komunikacji, planowania i zakupu mediów, przygotowywania rozwiązań technologicznych oraz kreatywnych w mediach cyfrowych, badania efektywności komunikacji, jak również analityki marketingowej. Klientami Carat Polska są takie firmy jak Mondelez, Zott, Philips, adidas, Reebok, Indesit, Mondelez, General Motors, Arla Foods, Mead Johnson Nutrition, Mattel, Perno Ricard czy Lego. Więcej informacji dostępnych jest na stronie: www.caratpoland.com.

**Kontakt dla mediów:**

Krzysztof Wąsowski

Senior PR Specialist

Dentsu Aegis Network Polska

Tel. (+48) 22 441 47 26

Mobile: +48 883 365 831