**Marka Levi’s ® kontynuuje globalną kampanię pod hasłem „Live in Levi’s®”**

***Miliardy jeansów i jedyne w swoim rodzaju historie. Tak nosimy nasze Levi’sy®.***

**To już trzecia odsłona światowej kampanii „Live in Levi’s®”. Od początku istnienia projektu, jego założeniem było zaangażowanie i aktywowanie całej społeczności fanów tej kultowej marki. Jej intencją jest pokazanie jak nosimy nasze jeansy Levi’s®, publikując poprzez kanały społecznościowe najciekawsze historie ludzi, sentymentalnie związanych z marką.**

Stworzona przy współpracy z agencją reklamową AKQA, platforma projektu „Live in Levi’s®” służy za swego rodzaju scenę dla miliardów fanów marki na całym świecie. Wyjątkowe historie miłośników Levi’s® umieszczane na ich profilach w mediach społecznościowych pod odpowiednim hasztagiem, są kompletowane i publikowane na stronie online.

Głównymi postaciami w kampanii na wiosnę 2016 zatytułowanej „We Are 501®” są Caroline de Maigret - francuska producentka muzyczna, pisarka i modelka, amerykański duet DJ Classixx oraz pochodząca z Chin artystka Yi Zhou. Historie tych artystów są przykładem na to jak kultowe już jeansy 501® towarzyszą ludziom z całego świata w ich codziennym życiu. Głównie skupiono się na produktach z rodziny 501®, na które składają się przede wszystkim klasyczne jeansy, model CT oraz szorty.

Wiosną w prasie zobaczymy historie Lucy Williams, angielskiej blogerki modowej oraz Vincenta Lacrocq’a, francuskiego modela.

Do projektu mogą przyłączyć się wszyscy. Wystarczy pod umieszczonym na jednym
z kanałów społecznościowych zdjęciu, na którym widnieją Levi’sy®, dołączyć hasztagi #501
i #LiveInLevis. W ten sposób fani marki łączą się w jedną, globalną społeczność i dzielą się
z wszystkimi swoją wyjątkową historią.

„Ludzie, którzy noszą jeasny Levi’s® od zawsze byli dla nas inspiracją” – mówi Jennifer Sey, szefowa działu marketingu marki Levi’s®. „Ten innowacyjny projekt jednocześnie pokazuje naszą spuściznę, ale i zaprasza fanów marki z całego świata do uczestniczenia
w nim oraz kupowania pokazanych w filmikach ikonicznych produktów Levi’s®” – dodaje.

„Prawie każdy we współczesnym świecie posiada, lub posiadał parę jeansów Levi’s®” – mówi Simon Jefferson, dyrektor zarządzający w AKQA. „Chcemy pokazać wszechobecność marki na całym świecie i różnorodność ludzi noszących Levi’s®. Czymś takim nikt inny nie może się pochwalić. ”

W Polsce kampania marki w 2016 roku angażuje social media oraz prasę. Kampanię będzie można zobaczyć między innymi na YouTube, Wirtualna Polska, Filmweb oraz TVN Player. W tym sezonie reklama Levi’s® idzie z duchem czasu i pojawi się także na Spotify. Zdjęcia fanów uczestniczących w akcji, jak i więcej informacji na temat kampanii można znaleźć na stornie internetowej www.levi.com/LiveInLevis

**O marce LEVI’S®**

Marka Levi’s® stanowi uosobienie klasycznego i swobodnego amerykańskiego stylu. Od czasu ich wynalezienia przez Levi Strauss & Co. w 1873 roku, dżinsy Levi’s® stały się najbardziej rozpoznawalnymi spodniami na świecie. Dziś marka Levi’s® dalej rozwija swojego niepohamowanego pionierskiego i innowacyjnego ducha, który jest niespotykany w branży odzieżowej. Nasz wybór odzieży denimowej i akcesoriów, dostępny w ponad 110 krajach, pozwala ludziom na całym świecie wyrazić ich osobisty styl. Aby uzyskać więcej informacji na temat marki Levi’s® jej produktów i salonów sprzedaży, odwiedź www.levi.com. **­­**