

Zalando spouští hvězdně obsazenou kampaň 'co si vezmu na sebe?' a představuje novou identitu značky

11.9.2024 - | PROTEXT

Zalando, přední evropská módní a lifestylová destinace, představuje svou novou, odvážnou identitu značky prostřednictvím poutavé kampaně "Co si vezmu na sebe?". Kampaň pro podzim/zimu 2024, která byla spuštěna 8. září, má hvězdné obsazení, včetně uznávaného herce Willema Dafoea, modelky a herečky Brigitte Nielsen, herce a modela Luky Sabbata a influencerky a modelky Sabriny Bahsoon, známé jako #TubeGirl.

Zalando spouští svou kampaň pro podzim/zimu 2024

Odvážná a zábavná kampaň "Co si vezmu na sebe?" se zaměřuje na sebevědomí v oblékání a zdůrazňuje univerzální každodenní zkušenost, která rezonuje s každým bez ohledu na věk, místo nebo pohlaví - běžné dilema při rozhodování, co si obléct. Kampaň se odehrává na pozadí rušného metra a zachycuje dynamický průsečík rozmanitých životů, prostředí, stylových preferencí a ambicí. Představuje módu, která osloví každého, ať už se vydá kamkoli. Prostřednictvím této kampaně chce Zalando ukázat, jak zjednodušuje rozhodování o módě a inspiruje jednotlivce k tomu být sebevědomý v oblékání tím, že nabízí široký výběr produktů, inspirativní obsah a vynikající zážitek z nakupování.

Willem Dafoe říká: "'Co si vezmu na sebe?' je otázka, kterou si pokládáme všichni a která nás spojuje. Máme stejnou otázku, ale různé odpovědi. Někteří z nás jsou extroverti, jiní introverti. Tím, co nosíme, vyjadřujeme sebe samé. Když to, co si vezmete na sebe, odpovídá vašim zálibám, cílům, identitě, touhám, estetice, cítíte se sebejistě a klidně při jednání s ostatními a nebojíte se postavit tvář v tvář okolnímu světu. Stejně, jako hercovu představitost může podpořit kostým, vaše volby v oblékání vás mohou inspirovat k tomu, abyste si představili, kým můžete být."

Brigitte Nielsen říká: "Bylo radostí se Zalandem na této kampani spolupracovat. Každodenní rituál, kdy se ptáme 'Co si vezmu na sebe?' je univerzální, ale zároveň velmi osobní. Móda pro mě vždy představovala cestu, jak vyjádřit své emoce a zůstat věrná svému stylu a sama sobě. Sortiment na Zalandu nabízí pro každého něco, a umožňuje tak lidem najít to, díky čemu se cítí sebevědomí a krásní, bez ohledu na věk, velikost nebo cokoli jiného."

Kampaň byla vytvořena ve spolupráci s fotografkou Sophie Jones, režisérem Aube Perrie a agenturou Wieden+Kennedy Amsterdam.

Osvěžení identity značky

Kampaň pro podzim/zimu 2024 je prvním veřejným představením nové identity značky Zalando, která představuje významný milník ve vizi společnosti stát se lifestylovým společníkem, který zákazníkům pomáhá se každý den sebevědomě rozhodovat při výběru módy. Tato kampaň je v souladu s novou "Zalando Group Strategy", která byla představena začátkem tohoto roku a zaměřuje se na kvalitu, životní styl a inspiraci.

"Změny, které dnes představujeme, přesahují pouhou vizuální aktualizaci. Vycházíme ze silného postavení a povědomí o společnosti Zalando, které si v průběhu let vybudovala a posouváme naši značku tak, aby hrála větší roli v životech našich zákazníků," říká Anne Pascual, seniorní

viceprezidentka pro design, marketing a obsah Zalanda. "Tato evoluce je především o sebevědomí ve svém stylu a redefinování způsobu, jakým naši zákazníci vnímají módu a životní styl. Jsme velmi rádi, že můžeme tuto změnu představit v naší nové kampani pro podzim/zimu 2024 'Co si vezmu na sebe?', která je prvním krokem k představení našeho nového positioningu a přepracované identity značky."

Osvěžení vizuální identity, představené kampaní pro podzim/zimu 2024, se vyznačuje zintenzivněním oranžové barvy, moderním wordmarkem, dynamickým pohyblivým prvkem a na míru vytvořeným písmem Zalando navrženým s ohledem na lepší čitelnost. Nové vizuální prvky budou v následujících měsících postupně zaváděny napříč všemi kontaktními body.

Kampaně je dostupná na [zalando.com](https://www.zalando.com).

O ZALANDU

Zalando, které bylo založené v Berlíně v roce 2008, buduje přední celoevropský ekosystém pro e-commerce v oblasti módy a životního stylu na základě dvou růstových oblastí: Business-to-Consumer (B2C) a Business-to-Business (B2B). V oblasti B2C nabízíme inspirativní a kvalitní nákupní zážitek s více značkami v oblasti módy a životního stylu přibližně 50 milionům aktivních zákazníků na 25 trzích. V oblasti B2B využíváme naši logistickou infrastrukturu, software a služby, abychom pomohli značkám a maloobchodníkům řídit a rozvíjet jejich e-commerce podnikání, ať už na Zalandu nebo mimo něj. Jako ekosystém si Zalando klade za cíl umožnit pozitivní změny v oblasti módy a životního stylu.

ČTK Connect ke zprávě vydává obrazovou přílohu, která je k dispozici na adrese <https://www.protext.cz>.

<https://www.ceskenoviny.cz/tiskove/zpravy/zalando-spousti-hvezdne-obsazenou-kampan-co-si-vezmu-na-sebe-a-predstavuje-novou-identitu-znacky/2566237>