

Warszawa, 09.08.2021 r.

INFORMACJA PRASOWA**PROSTO z lat 90. - nowa kampania marki Wyborowa**

Marka Wyborowa powraca z kolejną odsłoną kampanii Włącz Tryb Spotkań i przedstawia unikalną kolekcję stworzoną w kooperacji z PROSTO.

W nowej odsłonie kampanii Włącz Tryb Spotkań marka Wyborowa wraz ze swoim ambasadorem Wojtkiem Sokółem przywołuje klimat lat 90. Dla jednych nawiązania do epoki VHS'ów i hip-hipowych kaset magnetofonowych to czasy retro. Inni odnajdą w kampanii dobrze znane im motywy - zachwyty Zachodem, oranżady w proszku i tętniącego specyficznym klimatem Stadionu Dziesięciolecia, który był miejscem spotkań, często zaskakujących. Marka Wyborowa i Prosto we wspólnej kampanii łączą przekonania na temat lat 90. z żywymi wspomnieniami o tej epoce, inspirując do odkurzenia trzepaka na blokowisku z wielkiej płyty i włączenia Trybu Spotkań.

- Po tak długim okresie lockdownu jesteśmy spragnieni bycia wśród ludzi. Młodzi konsumenci mają dość doświadczania emocji tylko online. Dlatego zachęcamy ich do włączenia Trybu Spotkań, w którym znów mogą poczuć się częścią grupy, tworzyć nowe wspomnienia i czerpać z nich radość. Nawiązanie do lat 90. to właśnie powrót do przeżywania emocji w realu, kiedy do szczęścia wystarczył nam trzepak, boombox i ulubione składanki na kasecie. Chcemy przywrócić tę energię, prostotę, zwykłą-niezwykłą codzienność i prawdziwe relacje - mówi Tadeusz Rusek, Global Innovation and Marketing Manager.

Główną osią kampanii jest współpraca z marką Prosto. Czerpiąc garściami inspiracje z lat 90., dawnego designu butelek Wyborowej z jej charakterystycznymi granatowymi paskami i vintage reklam wódki Wyborowej marka Prosto zaprojektowała kolekcję ubrań. Z myślą o zgranej ekipie znajomych Prosto stworzyło koszulki, nerki, bluzy oraz dresy. Kolekcja Prosto x Wyborowa łączy to, co najlepsze w historii obu marek i zachęca do wyrażania siebie poprzez styl, inspirując odbiorców do spotkań i tworzenia kolektywnych, pozytywnych doświadczeń.

W kooperacji brandów powstały również kolekcjonerskie butelki. W sklepach pojawią się 4 limitowane warianty kolorystyczne nawiązujące do ubrań zaprojektowane przez Prosto.

Dla jak najwierniejszego oddania ducha epoki i klimatu vintage w materiałach wizualnych kampanii wykorzystano zdjęcia robione m.in. aparatami z lat 90.

Marka Wyborowa zaplanowała wsparcie w social mediach, aktywację konsumencką, współpracę z influencerami oraz działania PR. Za koncepcję i egzekucję kampanii odpowiada VMLY&R Polska. Obsługą PR kampanii zajmuje się Agencja CAPE MORRIS.

