

KappAhl lanserar kommunikationskonceptet "Feel" med supermodellen Paulina Porizkova

"Feel" är namnet på KappAhl's nya kommunikationskoncept som frontas av den tidigare supermodellen Paulina Porizkova. Kommunikationskonceptet präglas av känslan att mode ska ge styrka men framförallt ska plaggen kännas bra.

Paulina Porizkova växte upp i Lund och var 15 år gammal då hon blev upptäckt som modell. Karriären startade i Paris i början på 80-talet och hon har därefter prytt omslaget på så gott som alla stora modemagasin. År 1988 tog hennes modellkarriär nya höjder när hon *signade* dåtidens största modellkontrakt. I höst får vi se henne i KappAhl's nya "Feel"-koncept.

- *"Feel"-konceptet innebär startskottet för ett långsiktigt arbete där vi strävar efter att positionera KappAhl och skapa en ökad tydlighet och relevans mot vår målgrupp. Det känns extra kul att få lansera "Feel" tillsammans med Paulina Porizkova då hon som en stark och självsäker naturlig skönhet fungerar som en metafor för den känsla som vi vill förmedla.*

Kampanjen

Med "Feel"-konceptet presenterar KappAhl plagg som är designade med den verkliga kvinnan i fokus, med syfte att lyfta fram varje enskild kvinnas bästa sidor. Mode ska ge styrka och stil samt vara tillgängligt oavsett storlek och form. Det är dags att förändra sättet vi ser på mode idag och arbeta för ett hållbart mode i framtiden.

I samband med lanseringen av "Feel" presenteras byxkollektionen *Always black* – en byxkollektion som består av sex stycken svarta byxor i olika modeller som passar för alla tillfällen. Framförallt passar de perfekt till årets nyckelplagg polotröjan, som nu kommer i flera nya färgsättningar och håller färgen i tvätten – ett måste i varje höstgarderob.

- *Jag gillar alla de svarta byxorna som jag bar för kampanjen! Jag tog med mig tre par hem men önskar att jag hade tagit med allihop. De har perfekt passform och är supersköna. Särskilt "the relaxed boyfriend pants", som man känner sig både bekväm och cool i. Sen älskade jag den rosa polotröjan, säger Paulina.*

"Feel"-konceptet och kollektionen *Always black* finns i butik från och med vecka 38, i samband med kampanjstart.

Kampanjbilderna är fotade i New York av Hasse Nielsen, och bakom stylingen står Lisa Lindqwister.

Kampanjens officiella hashtag är: **#feelkappahl**.



För högupplösta kampanjbilder samt frilagda bilder på plaggen, vänligen besök:

press.bindefeldab.se

användarnamn: kappahl

lösenord: press

För utlåning av produkter kontakta:

EKPR & Kommunikation

Telefon: 08 – 667 22 06

E-post: info@ekpr.com

Kontaktpersoner:

Joakim Holmstrand

Marknadsdirektör, KappAhl

E-post: joakim.holmstrand@kappahl.se

Mobil: 070 – 590 84 19

Annika Hesselman

Presskontakt, Micael Bindefeld AB

E-post: annika.hesselman@bindefeldab.se

Mobil: 070 – 768 11 00

KappAhl grundades 1953 i Göteborg och är en av Nordens ledande modekedjor med närmare 380 butiker i Sverige, Norge, Finland och Polen samt Shop Online. Vår affärsidé är att erbjuda prisvärt mode i egen design till kvinnan mitt i livet och hennes familj. Cirka 38 procent av sortimentet är hållbarhetsmärkt. 2014/2015 var omsättningen 4,6 miljarder SEK och antalet anställda cirka 4 000 i åtta länder. KappAhl är noterat på Nasdaq Stockholm. Mer information finns på: www.kappahl.se