

# A sloggi kényelemmel hódít legújabb Zero Feel kampányában

Ha kényelmesen érzed magad, bármire képes vagy



*Hódít a kényelem a sloggi vagány jégkorcsolyás Zero Feel kampányában*

A sloggi számára elengedhetetlen, hogy mindenki életébe elhozza az igazi kompromisszummentes kényelmet, ezért óriási izgatottsággal indította útnak 2019. március 13-án első uniszex kampányát, melynek fő üzenete: Hódít a kényelem! A kényelem nemcsak a kényelmetlenség ellentéte, ennél sokkal többről szól: ez egy érzés, amely támogat és segít a mindennapokban. Olyan, mintha folyamatosan egy szurkolócsapat állna egy lépéssel mögöttünk azt erősítve bennünk, hogyha kényelmesen érezzük magunkat tényleg bármire képesek vagyunk. A sloggi forradalmi ZERO FEEL fehérneműi pont ezt az érezhetetlen érzést, ezt a tökéletes kényelmet testesítik meg, idén tavasztól már nemcsak a nők, hanem a férfiak számára is.

A kampány középpontjában egy izgalmas kisfilm áll, melyet Kijevben forgattak Owen Trevor vezetésével. A főszerepben egy átlagos lány és egy srác szerepel: mindketten a szuper kényelmes Zero Feelben csúsznak be a pályára, majd egy pörgős, extravagáns jégkorcsolyázást mutatnak be...tűzcsóvák, gospel kórus, 80-as évekbeli hajviselet, glam rock – mind azt sugallva, hogyha kényelmesen érzed magad a fehérneműdben, akkor bármit és bárkit meghódíthatsz.

Ezzel a bátor és vagány kampánnyal a sloggi megmutatja, hogy teljesen másként gondolkodik, mint a többi fehérnemű márká: számára az első a kompromisszummentes kényelem, mely idén tavasztól nem csak a nőkre, hanem a férfiakra is egyaránt vonatkozik a szuper innovatív, uniszex Zero Feel kollekciónak köszönhetően.

A sloggi nagyon büszke arra, hogy ennek a kompromisszummentes uniszex kényelemnek köszönhetően **Iszak Eszti** női nagykövete mellett bemutatathatja első férfi arcát – és nem utolsó sorban testét is, **Liu Shaolin Sándor** olimpiai, világ- és Európa-bajnok rövidpályás gyorskorcsolyázó személyében. „Szerencsére több fotózáson is volt már lehetőségem részt venni, így ez a közeg nem teljesen idegen számomra. Az igaz, hogy ezúttal sokat megmutatok magamból, de ennek ellenére egyáltalán nem jöttem zavarba, sőt,

nagyon jól éreztem magam. Bár itthon még nem annyira megszokott, külföldön teljesen természetes, hogy a sportolók fehérnemű márkákhoz adják arcukat, ezért számomra is egy óriási megtiszteltetés volt, hogy a SLOGGI első hazai férfi márkanagykövetként gondolt rám. A brand fiatalos stílusa és szuper innovatív Zero Feel fehérneműi igazán közel állnak hozzám, így nagyon büszke vagyok erre a szerepre” – árulta el a fiatal sportoló.

Liu Shaolin Sándor mellett Iszak Eszti már harmadik éve képviseli a márka női kollekcióit, így a fotózás alatt rutinosan segítette partnerét. „Ami azt illeti, nem volt nehéz dolgom, hiszen Sanyit nem nagyon kellett instruálni. Magabiztosan és ösztönösen mozgott a kamera előtt, így nagyon jó hangulatban telt vele a munka. Szuper érzés, hogy a Zero Feel fehérneműk végre olyan kényelmet hoznak el mindenki életébe, amilyen eddig nem volt, szerintem ez is nagyon sokat segített a fotózáson, hiszen ezek a fehérneműk egy igazi önbizalom fröccsel érnek fel. Szerintem szuper képek születtek rólunk és óriási dolog számomra, hogy egy aranyérmes olimpiai sportolóval közösen képviselhetjük a márkát” – árulta el Eszti.



*A sloggi nagykövetei, Iszak Eszti és Liu Shaolin Sanyi elsőként próbálhatták ki az innovatív Zero Feel kollekciót*

Nicola Tacchi, a sloggi globális marketing vezetője így fogalmazott: „Ez a 2019-es év is csak ráerősít arra, hogy a sloggi tényleg teljesen más, mint a többi fehérnemű márka, hiszen számunkra az az első, hogy mindenki életébe elhozzuk a tökéletes kényelmet, minden klisé és kompromisszum nélkül. Évek óta az emberek szexi, de kényelmetlen fehérneműket hordanak. Mi most ezzel teljesen szembe megyünk és azt mondjuk: Jobbat érdemelsz! Ezt közvetítjük idén is a minden képzeletet felülmúló, szuper figyelemfelkeltő Zero Feel kampányunkkal.”

### **A ZERO Feel kollekcióról...**

A kampány főszereplője a ZERO Feel kollekció, melynek már a neve is azt sugallja, hogy egy olyan fehérneműről beszélünk, amely annyira kényelmes és akkora szabadságot nyújt, mintha nem is lenne rajtad semmi. A női kollekció tavaly megismert forradalmi darabjai a Bralette és a Top, melyek merevítő és varrás nélkül készültek egy 360 fokban rugalmas, innovatív anyagból, így olyan kényelmesek, mintha nem is lenne rajtad semmi. Idén az új Soft Bra-val is kiegészül a kollekció, mely a Viscomagic technológiának köszönhetően extra tartást nyújt a már megszokott kényelemmel, így ez



nagyobb méretekre is tökéletes választás. A ZERO Feel férfi kollekcióját a varrás nélküli kialakítás és a 360 fokban rugalmas anyaghasználat jellemzi, ezzel is elősegítve a teljes mozgásszabadságot.

**A ZERO Feel kollekció darabjait megtalálod a sloggi oldalain:**

**weboldal:** <https://www.sloggi.com/hu/zero-feel/>

**Instagram:** [https://www.instagram.com/sloggi\\_hungary/](https://www.instagram.com/sloggi_hungary/)

**Facebook:** <https://www.facebook.com/sloggi.hu/>

### **Kapcsolat**

LÁNGI DORKA | sloggi Brand Manager

dorottya.langi@sloggi.com | +3630/828-6843

sloggi: sloggi® megteremti a valódi kényelem érzését a mindennapokra, a világon a legkönnyebben viselhető, innovatív fehérneműk formájában. Az 1979-es alapítás óta, a világ egyik vezető fehérnemű gyártó cége Európában, és a mai naptól kezdve teljesértékű kínálatot biztosít nők és férfiak számára szerte Európában és Ázsiában. Az anyavállalt, a Triumph 40.000 nagykereskedelmi fogyasztót szolgál ki, és adja el a termékeit közel 3600 üzletben és webshopon keresztül, illetve online platformokon keresztül, a Business Social Compliance Initiative (BSCI) tagjaként.