MÅNDAG 31 MARS 2008
Resumé

Carolina Gynning slänger kläderna

75-åriga underklädesföretaget Abecita kommer ut med en 50-talsinspirerad kampanj där Carolina Gynning poserar i företagets underkläder och baddräkter.

REKLAM Abecita startade i Borås för 75 år sedan. Då sydde företaget korsetter. Idag består kollektionen av ett brett sortiment underkläder samt badkläder. Inför våren och sommaren 2008 släpper företaget en kampanj med färgglada badkläder i miljöer som andas 50-tal. Kampanjen är fotograferad av **Andrea Belluso**. Modell för annonserna är den före detta dokusåpadeltagaren och numera programledaren **Carolina Gynning**.

Varför har ni valt Carolina Gynning?
– Hon är en tjej med en härlig personlighet och en frigjord kvinnlighet. Hon passar bra till vår feminina stil, säger **Monica Sjösvärd**, marknadschef på Abecita.

Abecita har under de senaste tre åren arbetat med att bygga upp varumärket och har under den tiden legat lågt med reklam och annan exponering. Nu har de skrivit kontrakt med Vår PR-byrå och väljer därmed att satsa på en kampanj som ska gå publikt.

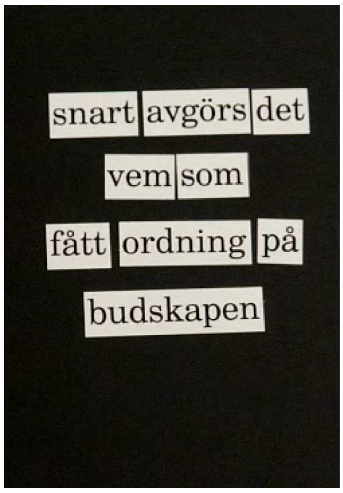
Kampanjen kommer att synas i dagspress som till exempel Sydsvenskan, Svenska Dagbladet, Dagens Nyheter och GP under hela 2008.
– Vi vill synas i ett lite annorlunda sammanhang för underkläder. Vi tror att våra färgstarka bilder kommer att sticka ut och synas bra bland allt svartvitt, säger Monica Sjösvärd.

Kollektionen med Carolina Gynning ska enligt Abecita visa upp ett lekfullt kvinnligt 50-tal med vik-trosor och kjolbaddräkt.

Vad har ni för budget för kampanjen?
– Cirka en miljon kronor.

Målgruppen för kampanjen är kvinnor 30 plus.
Kampanjen backas även upp av butiksannonser och konsumentbroschyrer.

Linda Fagerlind
linda.fagerlind@resume.se



– Jag är skitsnygg i baddräkt!

Ett av Stockholm MediaWeeks självklara fokus i år är den digitala utveckligen.

Boka dina biljetter på stockholmmediaweek.com

Stockholm MediaWeek