

BURBERRY

PRESS RELEASE

バーバリーの新作メンズフレグランス「ブリット リズム」のローンチライブイベントが世界3都市で開催

バーバリーは、10月16日ロンドンのショーディッチで行われたホワイト・ライズのライブを皮切りに、17日にニューヨーク、18日にシンガポールと三夜連続でライブイベントを開催します。

このイベントは9月に発売されたバーバリーの新作メンズフレグランス「ブリット リズム」のグローバルキャンペーンの一環で、16日にロンドンで行われたライブ第一弾にはキャンペーンのモデルであるミュージシャンのジョージ・バーネットとモデル/女優のスキ・ウォーターハウスの他、ミュージシャンのプロークン・ハンズ、モデルのピクシー・ゲルドフ、サム・ローリンソンを含める600人を超えるゲストが来場しました。

デジタルに特化したキャンペーン - #ThisisBrit

ライブミュージックのエネルギーやアドレナリンをイメージソースとする「ブリット リズム」のキャンペーンは、コンセプトとなっている高揚感を世界に向けて発信すべくデジタルに特化したキャンペーンを展開しています。ライブイベントでの体験や喜びを世界中にシェアし、感情や高揚感をテクノロジーへ吹き込む活動を行っていきます。

Instagram では、チーフ・クリエイティブ・オフィサーのクリストファー・ベイリーが選んだ当プラットフォームのフォトグラファーとのコラボレーションにより、すでに行われたロンドンに続き、ニューヨーク、シンガポール各都市のライブパフォーマンスのスナップショットを #ThisisBrit のタグと共に配信します。

さらに、撮影された画像は世界 300 ヶ所を超える屋外のデジタルビルボードにライブ開始後から随時配信され、イベント後も 10 月末まで毎日新しいイメージがアップされ続けます。

沸き立つ感情や高揚感とテクノロジーの融合は、ユーザーがライブイベントでの体験や喜びを #ThisisBrit のタグを活用して世界中へシェアできる事にも繋がっています。

今回の屋外配信に先立つ 9 月には、2014 年春夏バーバリー プローサム ウィメンズコレクションの模様をロンドンのクロムウェルロード、ニューヨークのタイムズスクエア、そして香港のワールドワイドハウスでライブ配信しています。

音楽からインスパイアされた「ブリット リズム」

9月に発売された「ブリット リズム」は、ライブミュージックの高揚感や観客が放つ熱気からインスパイアされています。「ブリット リズム」のキャンペーンでは、今後もリアルとデジタルを一体化したコミュニケーションを展開していきます。

バーバリーにおいて音楽はブランドの重要な要素であり、ファッションショー、インスタライブイベント、キャンペーンのサウンドトラックを始めとし、若手UKミュージシャンをフィーチャーするプロジェクト「バーバリー・アコースティック (<http://jp.burberry.com/store/acoustic/#acoustic>)」まで、多岐に亘って音楽にフォーカスした活動を行っています。今回3都市で行われる「ブリット リズム」のライブイベントは、これまでの活動の集大成と言えます。

デジタルプラットフォームでもゲストを募集

9月の「ブリット リズム」発売時に公式サイト (<http://jp.burberry.com>) のボトルの形をした香りつきタッチシールのサンプリングキャンペーンを実施、登録したユーザーに抽選でライブイベントへの特別な「Access All Areas」パスがプレゼントされました。

ブリット リズム スペシャルコンテンツ

<http://jp.burberry.com/store/beauty-fragrance/brit-rhythm/>

バーバリー公式サイト

www.burberry.com

www.artofthetrench.com

www.facebook.com/burberry

www.twitter.com/burberry_japan

www.youtube.com/burberry

www.sumally.com/burberry