

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

TAMARIS



TAMARIS FAIT BOUGER LA SCÈNE AVEC NICKI MINAJ ET JUSTIN TIMBERLAKE

Cet été, Tamaris, marque leader de chaussures en Europe, est chez elle sur les scènes des stars : en faisant partie de deux des plus grandes tournées de concerts de l'année, le Pink Friday 2 World Tour de Nicki Minaj et The Forget Tomorrow World Tour de Justin Timberlake, Tamaris souligne devant des millions de fans son positionnement de marque qui célèbre, inspire et encourage les femmes dans toute leur diversité.

Du 23 mai au 12 juin, Tamaris fait partie de la tournée mondiale Pink Friday 2 de Nicki Minaj, qui s'arrêtera 14 fois en Europe pendant cette période. Pendant que les fans attendent avec impatience l'entrée en scène de leur star, ils voient sur un écran sur la scène non seulement les fameux spots de chaussures Tamaris : « le moment particulier de frissons avant que Nicki Minaj ne monte finalement sur scène appartient à notre spot de marque hautement émotionnel sur le thème 'Superpower', dans lequel nous encourageons les femmes, avec des images fortes et des mots émouvants, à croire fermement en elles, à connaître leurs forces et leurs faiblesses et à donner de l'espace à leurs sentiments », explique Cathleen Burghardt, Head of Marketing chez Tamaris. « Nous atteignons ainsi les fans à un moment d'extrême tension et créons un lien fort avec l'artiste, qui incarne également la confiance en soi et l'individualité, en accord avec le positionnement de Tamaris ». En Allemagne, les fans pourront voir la « Queen of Rap » à Cologne et à Berlin. Les autres concerts européens auront lieu aux Pays-Bas, en Grande-Bretagne, en France, au Danemark et en Suède.

En plus de l'expérience émotionnelle de la marque dans les salles de concert, Tamaris a donné vie au thème du concert « Pink Friday » sur une trentaine d'écrans le vendredi 7 juin à Berlin : des styles sélectionnés de la collection actuelle ont transformé l'Uber Arena et ses environs en un paradis de la chaussure rose. Dès leur arrivée en train ou en métro, les visiteurs ont été accueillis par des motifs de la campagne Tamaris sur divers grands écrans, qui mettaient en scène de manière impressionnante les chaussures roses avec l'étiquette hang tag emblématique. Sur l'esplanade, 21 écrans simultanés présentant les types de chaussures les plus divers en rose ont ensuite mis les fans dans l'ambiance du thème du concert - des sneakers aux mules en passant par les ballerines. Tout à fait dans l'esprit de la mission de Tamaris, qui est d'inspirer et de conforter chaque type de femme dans son individualité.

Du 26 juillet au 7 septembre, Tamaris participera directement au prochain concert phare de la tournée : The Forget Tomorrow World Tour de Justin Timberlake. En Allemagne, les fans pourront voir la pop star à Cologne, Berlin, Munich et Hambourg. Là aussi, Tamaris sera présent avec un film de 30 secondes très imagé, projeté juste avant le spectacle. Le film s'intitule « Be yourself » et montre des femmes fortes qui suivent leur propre voie, se défendent et ne laissent personne les arrêter.

« Sur le chemin de la love brand, nous explorons sans cesse de nouvelles voies dans le mix média afin d'aller chercher notre groupe cible sur le plan émotionnel à différents niveaux sensoriels et de le lier à la marque. Dernièrement, par exemple, avec des spots au cinéma et des podcasts - et maintenant, pour la première fois, avec des concerts », explique Cathleen Burghardt à propos de la stratégie. « Lors des tournées des stars mondiales, nous offrons à un public nombreux et très impliqué une expérience auditive et visuelle avec Tamaris qui restera certainement longtemps gravée dans leur mémoire ».

À propos du groupe Wortmann

Originnaire de Detmold, le groupe Wortmann, principalement connu pour sa marque Tamaris, est l'une des plus grandes entreprises de production et de distribution de chaussures en Europe et est considéré comme le leader du marché des chaussures tendance pour femmes. Les collections sont proposées dans plus de 70 pays du monde et plus de 15 000 boutiques de chaussures. Outre la marque phare Tamaris, le groupe comprend les marques Marco Tozzi, Caprice, Jana et s.Oliver shoes. À cela s'ajoute la Novi Footwear International Co. Ltd., à Hong Kong, qui compte de nombreuses chaînes de magasins mondiales parmi ses clients. Le groupe compte plus de 1 100 employés à l'échelle internationale. Quelque 30 000 employés travaillent pour la société de Detmold dans le monde.