

# Emocje w strojach Vigo

Trwa kampania firmy Vigo, szyjącej stroje dla piłkarzy. Prowadzona jest pod hasłem "We dress emotions?". Autorem koncepcji kampanii i hasła jest Amako Sport, dział krakowskiej agencji reklamowej Amako.

"Wyszliśmy z założenia, że sport to emocje, a więc ubieranie piłkarzy to coś więcej niż tylko dostarczanie im sprzętu. To ubieranie emocji. Bez strojów zawodnicy nie mogliby grać, po meczu nie byłoby wymiany koszulek..." - mówi Marek Pieniążek, szef działu marketingu sportowego Amako.

Kampania jest prowadzona w prasie i telewizji. Potrwa do listopada.