

# T O M M Y H I L F I G E R

## GLI OCCHIALI TOMMY HILFIGER PROTAGONISTI DEL PROGETTO "THE PREPPY POINT OF VIEW"

### Fantastiche attività on-line dedicate alla collezione eyewear

**Giugno 2011** – Il Gruppo Tommy Hilfiger, di proprietà esclusiva di Phillips-Van Heusen Corporation (NYSE: PVH), annuncia che la collezione eyewear Tommy Hilfiger, prodotta e distribuita dal Gruppo Safilo, presenta il progetto 'THE PREPPY POINT OF VIEW', come parte dell'iniziativa "PREP WORLD" che Tommy Hilfiger ha lanciato in aprile. Il "Prep World" di Tommy Hilfiger si sviluppa durante la primavera/estate: una capsule collection Spring/Summer 2011 di 60 pezzi per uomo e donna, presentata all'interno di una Preppy House unica nel suo genere, sta viaggiando nelle principali città del mondo - Parigi, New York, Londra, Stoccolma, Los Angeles, Madrid, Milano, Sylt in Germania e Knokke in Belgio -, sviluppandosi parallelamente ad un'esperienza on-line che illustra il meglio dello stile preppy in tutto il mondo.

La collezione eyewear di Tommy Hilfiger si inserisce nell'iniziativa con il progetto "**TOMMY HILFIGER EYEWEAR – THE PREPPY POINT OF VIEW**", che propone innovative e coinvolgenti attività on-line. Gli occhiali di Tommy Hilfiger sono infatti protagonisti nella sezione eyewear del sito [www.tommy.com/eyewear](http://www.tommy.com/eyewear), con una **nuova campagna eyewear** in cui gli *Hilfigers* interpretano gli occhiali: ciascun modello è abbinato a contenuti interessanti e multimediali, condivisibili sulla bacheca Facebook degli utenti, che spiegano l'essenza dello stile preppy e invitano a scoprire la collezione da un nuovo punto di vista.

Gli occhiali protagonisti delle nuove attività on-line riflettono l'immagine preppy ed i dettagli iconici del marchio: gli occhiali da sole **TH 1985** con il loro **mood neo-preppy**, l'ispirazione sport-vintage ed i colori istituzionali del brand, gli occhiali da sole **TH 1044/s** dalla **personalità downtown** definita dall'iconico flag e dalle stripes visibili internamente e la montatura da vista **TH 1054**, dal **look Anni 50**, personalizzata dal T-logo sulle aste. Tutti i modelli riflettono lo spirito contemporaneo e all-American di Tommy Hilfiger

In più, la **fanpage Facebook di Tommy Hilfiger** ospita un'innovativa applicazione di **realtà aumentata**, grazie a cui l'utente può scegliere un occhiale Tommy Hilfiger e, tramite web-cam, guardarsi e muovere con la simulazione dell'occhiale "indossato", per guardare il mondo secondo il "preppy point of view". E' possibile inoltre scattare delle fotografie e, postandole sul sito [www.tommy.com/eyewear](http://www.tommy.com/eyewear), partecipare al fantastico concorso "TOMMY HILFIGER EYEWEAR - THE PREPPY POINT OF VIEW", attivo in Italia, Francia, Spagna, Germania dal 17.05.2011 al 15.09.2011. Per ognuno di questi paesi verrà estratto a sorte un vincitore che riceverà in premio un viaggio di 3 giorni a New York.

Il progetto è inoltre supportato da un'intensa **attività di promozione sui principali punti vendita**, con materiali e vetrine dedicate che invitano a provare le esperienze on-line!

\*\*\*\*\*

#### **Il Gruppo Tommy Hilfiger**

Con un portfolio di marchi lifestyle premium che includono Tommy Hilfiger e Hilfiger Denim, il Gruppo Tommy Hilfiger rappresenta una delle realtà più stimate al mondo nel settore del fashion design. Il Gruppo ha come focus principale la creazione e commercializzazione di collezioni di alta qualità con linee di abbigliamento uomo, donna, bambino e denim. Attraverso accordi di licenza strategici, il Gruppo offre inoltre una gamma di prodotti lifestyle coordinati, tra cui accessori, profumi e articoli d'arredo. I prodotti del Gruppo Tommy Hilfiger sono in vendita nel mondo attraverso una vasta rete di negozi monomarca, boutique di alto livello, grandi magazzini e altri canali distributivi altamente selezionati. Per ulteriori informazioni sul Gruppo Tommy Hilfiger è possibile visitare il sito [www.tommy.com](http://www.tommy.com).

#### **Phillips-Van Heusen Corporation**

Phillips-Van Heusen Corporation, una delle maggiori aziende di abbigliamento nel panorama internazionale, controlla e distribuisce in tutto il mondo i prestigiosi marchi Calvin Klein e Tommy Hilfiger. È leader mondiale nella camiceria e nel neckwear e distribuisce un'ampia varietà di prodotti con marchi propri, quali Van Heusen, Calvin Klein, Tommy Hilfiger, IZOD, ARROW, Bass e G.H. Bass & Co., e su licenza, tra cui Geoffrey Beene, Kenneth Cole New York, Kenneth Cole Reaction, MICHAEL Michael Kors, Sean John, Chaps, Trump, JOE Joseph Abboud, DKNY e Timberland. Visitate il sito [www.pvh.com](http://www.pvh.com).

#### **Per ulteriori informazioni:**

Safilo Group Press Office  
t. +39 049 698 5459  
e. [pressoffice@safilo.com](mailto:pressoffice@safilo.com)

Marybeth Schmitt  
SVP of Communications  
Tommy Hilfiger USA

212 548 1952  
[mschmitt@tommy.com](mailto:mschmitt@tommy.com)

Abdel El Hamri  
Snr. Director of Marketing and Communications  
Tommy Hilfiger Europe  
Tel: +31 (0) 20 589 5701  
[abdel.elhamri@tommy.com](mailto:abdel.elhamri@tommy.com)

