**GAP prezentuje jesienną kampanię „Get Loose”. W roli głównej nominowana do nagrody GRAMMY® gwiazda pop - Troye Sivan.***Kultowa, amerykańska marka promuje luźne dżinsy i taniec, jako sposób na wyrażanie siebie.*

W najnowszej kampanii GAP tancerze i artyści prezentują jesienną kolekcję dżinsów jako płótno dla kreatywności. Kampania promuje wyrażanie siebie poprzez modę, muzykę i taniec.

Reżyserem i choreografem kampanii „Get loose” jest Sergio Reis. W filmie nakręconym przez Dana Martensena, Troye Sivan wraz z grupą taneczną CDK Company wykonują układ do viralowego hitu Thundercat „Funny Thing”. Artyści występują w luźnych dżinsach, inspirując do swobodnego ruchu i kreowania indywidualnego stylu.

„Tej jesieni świętujemy 55-lecie GAP w branży dżinsowej, oferując kolekcję luźnych fasonów, które pozwalają na wyrażanie siebie”. – powiedział Mark Breitbard, prezes i dyrektor generalny GAP. „Nasza kampania z udziałem Troye Sivana doskonale oddaje ducha tej chwili, prezentując swobodę za pośrednictwem produktów GAP denim i łącząc modę z rozrywką”.

Jesienna kolekcja stwarza nieograniczone możliwości ekspresji. Kampania przedstawia różnorodność dżinsów GAP, które stanowią esencję filozofii „get loose”:

* Troye Sivan ma na sobie męskie Baggy Jeans ze sztywnego, ciemnego denimu oraz koszulkę Supima® Relaxed Tee w kolorze białym. W drugim looku Sivan nosi jeansy Loose Cargo Jeans, inspirowane latami 90. w kolorze brązowym, zestawione z bluzą Heavyweight Zip Hoodie i kurtką Corduroy Jacket.
* Tancerze prezentują nowe, jesienne modele dżinsów GAP o różnych intensywnościach sprania i fasonach. Kluczowe style obejmują damskie Baggy, Extra Baggy i Horseshoe Jeans, a także męskie Loose Jeans z lat 90., Baggy Jean i Denim Cargos w połączeniu z klasycznymi t-shirtami, koszulami i innymi elementami.

Troye Sivan, urodzony w RPA, a wychowany w Australii, znany jest nie tylko ze swojego unikalnego brzmienia, łączącego electro pop i łagodne melodie, ale także z wyjątkowego stylu, który idealnie odzwierciedla jego osobowość i twórczość. Z ponad 39 milionami obserwujących w mediach społecznościowych, szybko stał się jedną z najbardziej rozpoznawalnych postaci współczesnej popkultury. Zdobył międzynarodową rzeszę fanów, śledzących jego karierę od aktora, przez vloggera, po nagradzanego muzyka.

„Udział w kampanii GAP i ich dżinsy to dla mnie idealne dopasowanie. Taniec stał się dla mnie nieodłącznym elementem życia, dającym mi pewność siebie i poczucie ponadczasowego luzu. Jestem

zaszczycony, że mogę być częścią projektu, który ucieleśnia tak naturalny styl i swobodną ekspresję” - powiedział Troye Sivan.

Kampania GAP na jesień 2024 wystartowała 21 sierpnia w mediach cyfrowych, drukowanych, nośnikach outdoorowych, wideo, mediach społecznościowych oraz kanałach GAP. Jesienna kolekcja dżinsów jest już dostępna w sklepach stacjonarnych i online. GAP nawiąże również współpracę z Troye'em Sivanem przy tworzeniu specjalnej playlisty dla sklepów marki, która pojawi się także na Spotify. Śledź @gap i @gappolska aby dowiedzieć się więcej o nadchodzących nowościach i znaleźć więcej inspiracji do wyrażania swojej indywidualności.

**O GAP:**GAP to globalnie rozpoznawalna marka casualowego, amerykańskiego stylu. Założona w San Francisco w 1969 roku, GAP promuje oryginalność, tworząc klasyczne, uwielbiane przez klientów ubrania i dostarczając kulturowo znaczące doświadczenia, które celebrują indywidualność. GAP oferuje kolekcje dla dorosłych, dzieci (GapKids, babyGap), dla mam (Gap Maternity), a także linie GapBody i GapFit. Marka dostarcza również ekskluzywne kolekcje dla Gap Outlet i Gap Factory Stores, łącząc klientów zarówno online, jak i w sklepach stacjonarnych na całym świecie. Aby dowiedzieć się więcej, odwiedź gap.pl.

Link do kolekcji:

<https://www.gap.pl/denim-campaign-pl>

**Kontakt dla mediów:**

Agnieszka Błażejczak

agnieszka@pretaporter-pr.com

Tel.: +48 535 558 227