



CHIARA FERRAGNI TWARZĄ GLOBALNEJ KAMPANII GUESS NA SEZON WIOSNA-LATO 2026

Lugano, Szwajcaria, 21 stycznia 2025 r.

GUESS?, Inc. z dumą ogłasza, że przedsiębiorczyni oraz ikona mody Chiara Ferragni została twarzą globalnej kampanii reklamowej marki na sezon Wiosna-Lato 2026. Wybór ten odzwierciedla wieloletnie zaangażowanie GUESS w promowanie siły kobiet, które z pewnością siebie i determinacją wyznaczają własną drogę. Zrealizowana w charakterystycznym, filmowym stylu uznanych na całym świecie braci Morelli, kampania ożywia tę wizję, łącząc styl z nowoczesnym urokiem.

„Jesteśmy niezwykle podekscytowani, że Chiara Ferragni została twarzą naszej nowej kampanii,” mówi Paul Marciano, Co-Founder & Chief Creative Officer GUESS?, Inc. „Od samego początku czuliśmy z Chiara silną więź. Jej energia, pewność siebie i oczywiście uroda doskonale wpisują się w DNA GUESS. Reprezentuje ona kobietę, która z odwagą idzie do przodu. Ten sam duch naturalnie przenika kolekcję Wiosna-Lato 2026: nowoczesną, i wszechstronną.”

Dzięki swojej zdolności do inspirowania oraz przekuwania osobistych doświadczeń w twórczą siłę, Chiara Ferragni perfekcyjnie identyfikuje się z marką, która od zawsze celebrowała odważną kobiecość i autentyczną ekspresję.

Jako symbol innowacyjności, i cyfrowego wpływu, Chiara Ferragni otwiera nowy rozdział w historii GUESS, łącząc dziedzictwo marki ze spontanicznością i energią współczesnego języka mediów społecznościowych. Kampania odzwierciedla dynamiczną ewolucję tożsamości GUESS, pełnej blasku i jednocześnie autentycznej, aspiracyjnej, lecz prawdziwej oraz wielowymiarowej, takiej jak współczesna kobieta GUESS.

Oddając hołd historii marki i jednocześnie otwierając się na jej przyszłość, kampania rozwija się jako dialog między przeszłością a teraźniejszością. Operując naprzemiennie czernią i bielą oraz nasyconym kolorem, obrazy przywołują atmosferę legendarnych kampanii GUESS, reinterpreterując je przez pryzmat nowoczesnego, zorientowanego na media społecznościowe języka wizualnego. Efektem jest seria wyrazistych portretów, które uchwyciły wszechstronność Chiary Ferragni, kobiety eleganckiej, a zarazem spontanicznej i pewnej siebie. Zdjęcia odzwierciedlają dualizm zarówno kolekcji, jak i kobiet, które ją noszą.

Czerpiąc z dziedzictwa GUESS, kolekcja Wiosna-Lato 2026 na nowo interpretuje amerykański sen w nowoczesnym, wybiegającym w przyszłość ujęciu. Kultowe projekty marki powracają z nową energią, inspirowane odważnym duchem teksańskiego kowboja oraz magnetyzmem bezkresnych przestrzeni, tworząc opowieść o kobiecości, niezależności i autoekspresji.

Wśród najważniejszych elementów sezonu wyróżnia się powrót spodni Bellflower oraz kultowej sukienki bandage, symboli zmysłowości, siły i charakterystycznego dla GUESS stylu glamour. Nowe sylwetki, dopracowane kroje oraz wyrazisty denim w wydaniu premium kontynuują ewolucję marki, prowadząc ją od korzeni Zachodniego Wybrzeża ku rytmowi współczesnych wybiegów.

W centrum kolekcji znajduje się torebka Camden Bag, nowa ulubienica Chiary Ferragni oraz model, który ma wszelkie predyspozycje, by stać się „IT” dodatkiem sezonu Wiosna-Lato 2026. Camden to coś więcej niż torebka. Uosabia esencję GUESS, odważną, wszechstronną i ponadczasową. Jej rzeźbiarska forma, luksusowa faktura oraz dopracowane detale nadają jej wyrazistego charakteru. Ferragni natychmiast sięgnęła po ten model, stylizując go w kampanii jako naturalne przedłużenie własnej estetyki. Niezależnie od tego, czy zestawiona z denimem, czy z wieczorowymi stylizacjami, Camden Bag dodaje każdemu lookowi subtelnej pewności siebie. Dla Ferragni stała się ona must have sezonu, dodatkiem, który określa jako idealne połączenie charakteru i elegancji.

Od ponad dekady Chiara Ferragni wywiera znaczący wpływ na globalny krajobraz mody, pozostając silnym głosem kreatywności i autoekspresji. Jej przedsiębiorczy duch oraz wyrazisty styl inspirują miliony kobiet na całym świecie do tego, by odważnie wyrażać siebie w każdej formie.

W kampanii GUESS Wiosna-Lato 2026 Chiara Ferragni ucieleśnia ducha autentyczności, a każda stylizacja odświeża inny wymiar jej osobowości, tworząc opowieść o współczesnej kobiecie, która sama wyznacza własną drogę.

„To dla mnie ogromny zaszczyt ponownie pracować z GUESS niemal 13 lat po naszej pierwszej współpracy. Ten projekt był czymś znacznie więcej niż kampanią - pojawił się w momencie, gdy czułam potrzebę zacząć od nowa i opowiedzieć swoją historię jako bardziej świadoma i spokojna osoba, którą jestem dziś. Praca z kultową marką, taką jak GUESS, która zapisała się w historii mody, sprawiła, że poczułam się mile widziana i wolna w wyrażaniu siebie. Szczere i w pełni zasłużone podziękowania kieruję do Paula Marciano, za wsparcie i zaufanie, jakimi obdarzył mnie w wymagającym momencie mojego życia. Doświadczenie na planie było wyjątkowe i na zawsze pozostanie w mojej pamięci” - powiedziała Chiara Ferragni.

Bracia Morelli, cenieni za filmowy sposób opowiadania historii, nadają kampanii narracyjną intymność, w której naturalna energia, zmysłowość i spontaniczność Chiary Ferragni spotykają się z legendarną estetyką GUESS. Łącząc ponadczasowe dziedzictwo brandu z bezpośredniością współczesnego języka social mediów, uchwycili wizerunek GUESS, który z szacunkiem odwołuje się do swoich korzeni, a jednocześnie przemawia wprost do nowego pokolenia, ceniącego zarówno glamour, jak i autentyczność.

Globalna premiera kampanii GUESS Wiosna-Lato 2026 odbędzie się w lutym 2026 roku w prasie oraz w mediach cyfrowych i społecznościowych. Kolekcja będzie dostępna w sklepach GUESS na całym świecie oraz na stronie [guess.com](https://www.guess.com).

Zdjęcia wizerunkowe: [pobierz](#)

Zdjęcia packshotowe: [pobierz](#)

O GUESS?, Inc.

Guess?, Inc. projektuje, produkuje, dystrybuje i licencjonuje kolekcje odzieży lifestyle, obejmujące nowoczesną odzież, denim, torebki, zegarki, okulary przeciwsłoneczne, obuwie i inne produkty konsumenckie. Produkty Guess? są dostępne zarówno w salonach firmowych marki, jak i w renomowanych domach towarowych oraz sklepach multibrandowych na całym świecie. 2 kwietnia 2024 roku spółka przejęła wszystkie aktywa operacyjne oraz 50% udziałów w prawach własności intelektualnej nowojorskiej marki modowej rag & bone – lidera amerykańskiej sceny modowej, obecnego w Stanach Zjednoczonych i Wielkiej Brytanii oraz w sprzedaży detalicznej i online na całym świecie. Na dzień 3 sierpnia 2024 r. GUESS prowadziło bezpośrednio 1054 sklepy detaliczne w Europie, obu Amerykach i Azji, a partnerzy i dystrybutorzy firmy zarządzali dodatkowymi 537 sklepami. Łącznie marka GUESS działa w ok. 100 krajach na całym świecie. Więcej informacji na stronie: www.guess.com