

TOMMY HILFIGER PRZEDSTAWIA TOMMY FACTORY: TWÓRCZĄ PRZESTRZEŃ, ZAINSPIROWANĄ ANDYM WARHOLEM

Projekt Tommy Factory to inspirowane słynnym nowojorskim studium Andy'ego Warhola miejsce, w którym „Futuremakers” – w tym Kate Moss, Lila Moss i Travis Barker – przełamują klasykę z nowoczesnością.

AMSTERDAM (SIERPIEŃ 2022) – firma Tommy Hilfiger przedstawia projekt *Tommy Factory* - interaktywny „plac zabaw” inspirowany słynnym nowojorskim studium Andy'ego Warhola, który stanie się osią komunikacji na sezon jesień 2022 i ożyje w sezonowej kampanii, w której zobaczymy różne pokolenia tzw. „Futuremakers”, czyli twórczyń i twórców przyszłości.

„Tommy Factory to nie miejsce. To stan umysłu.” mówi Tommy Hilfiger. „Fabryka była miejscem, gdzie musiało się bywać. Gdy zaczynałem karierę, to Andy łączył modę, sztukę, muzykę i showbiznes. Zdolność Andy'ego do przedstawiania tego, co najbardziej aktualne, nigdy nie przestała mnie inspirować.”

Kampania marki TOMMY HILFIGER na jesień 2022, której premiera odbędzie się na początku września, została zrealizowana na Bronksie przez fotografa Craiga McDeana i stylistkę Katie Grand.

Zdjęcia przedstawiały zderzenie kultur, zderzenie historii z przyszłością oraz klasyki z nowoczesnością: supermodelka Kate Moss po raz pierwszy wystąpi w tej samej kampanii z córką i modelką Lilą Moss. Towarzyszyć im będą: legendarny perkusista i producent Travis Barker, nagrodzony Grammy® oraz nominowany do Złotego Globu® i Emmy® aktor Anthony Ramos, wielokrotnie nagrodzony Grammy® wokalista, autor tekstów i kompozytor Jon Batiste, artysta street pop Mr Brainwash, a także legenda drag i festiwalu Wigstock – Lady Bunny, oraz tatuator Steve Wiebe.

„Twórcza energia Nowego Jorku to siła, która wciąż gromadzi inspirujące a zarazem różnorodne talenty – tak jak kiedyś w *Fabryce* Andy'ego Warhola,” mówi Michael Dayton Hermann z The Andy Warhol Foundation. „Jesteśmy zaszczytzeni, że kampania Tommy'ego Hilfigera składa Andy'emu hołd i wspiera działalność filantropijną The Warhol Foundation”.

Tommy Factory ożyje podczas pokazu mody TOMMY HILFIGER na Nowojorskim Tygodniu Mody. Pokaz będzie świętem kreatywności i ekspresji, które podkreśli siłę indywidualności przez multimedialne instalacje, inspirowane ideą „15 minut sławy”. Koncepcja Warhola, przeniesiona w obecne czasy, połączy gości pokazu i bohaterów kampanii w interaktywnej scenografii.

Wydarzenie *Tommy Factory* odbędzie się 11 września o godzinie 19:00 EST (01:00 czasu polskiego) w kinie samochodowym Skyline Drive-In na nowojorskim Brooklynie, wraz z równoczesną aktywacją w metawersum. Po raz pierwszy w branży, wybieg pokazu mody w formule „See Now, Buy Now” – umożliwiającej zakupy projektów w trakcie pokazu – będzie transmitowany do serwisu *Tommy Play* na platformie Roblox. Relacja na żywo będzie dostępna także na stronie tommy.com.

Dołącz do dyskusji w mediach społecznościowych za pomocą hasztagu #TommyHilfiger i profili @TommyHilfiger.

###

Zdjęcie Tommy Hilfiger & Andy Warhol: [pobierz](#)

###

W celu uzyskania dodatkowych informacji prosimy o kontakt:

Karolina Łydzba

Karolina@pretaporter-pr.com

+ 48 791 404 455

Petra Kosorić – Kielczewska

Petra@pretaporter-pr.com

+48 662 033 133

###

O marce

TOMMY HILFIGER jest jedną z najbardziej rozpoznawalnych na świecie marek lifestylowych klasy premium. Wspiera społeczności i inspiruje konsumentów od 1985 r. Marka tworzy legendarny styl, który powstaje na przecięciu klasyki i nowości, wspólnie z ludźmi kształtującymi kulturę na całym świecie. TOMMY HILFIGER jest esencją klasycznego amerykańskiego stylu w nowoczesnym wydaniu.

Firma Tommy Hilfiger oferuje najwyższą jakość i najlepsze oferty dla konsumentów na całym świecie, pod postacią marek TOMMY HILFIGER i TOMMY JEANS. Szeroki asortyment produktów obejmuje damskie, męskie i dziecięce kolekcje odzieży codziennej i sportowej, džinsów, butów i akcesoriów. Marki Tommy Hilfiger są niezmiennie zaangażowane w zrównoważony rozwój i integrację społeczną.

Globalna sprzedaż detaliczna produktów TOMMY HILFIGER w 2021 r. wyniosła w przybliżeniu 9,3 miliarda dolarów. Marka jest wspierana przez ponad 16 000 pracowników na całym świecie - w 100 krajach i ponad 2000 sklepach, w tym flagowym globalnym sklepie internetowym tommy.com. Firma Tommy Hilfiger w 2010 r. została nabyta przez PVH Corporation, która ukierunkowuje długofalowy rozwój, obecność i pozycję marki na całym świecie.

PVH Corp.

PVH to jedna z najśłynniejszych firm świata mody i łączy konsumentów w 40 krajach. Nasze legendarne globalne marki to m.in. Calvin Klein i TOMMY HILFIGER. Od 140 lat budujemy wspólną historię dzięki sile naszych marek, naszych zespołów i naszego zaangażowania w budowanie lepszej przyszłości mody. To one tworzą naszą siłę. Siłę PVH.

The Andy Warhol Foundation for the Visual Arts, Inc.

Jako najwybitniejszy amerykański artysta XX wieku, Andy Warhol rzucił światu wyzwanie, by spojrzeć na sztukę inaczej. Od momentu powstania w 1987 roku, zgodnie z wolą artysty, Fundacja Andy'ego Warhola stała się jednym z czołowych fundatorów sztuki współczesnej w Stanach Zjednoczonych. Fundacja rozporządziła dotychczas sumą ponad 250 000 000 dolarów, które w formie grantów wspierają powstawanie, ekspozycję i dokumentację współczesnych sztuk wizualnych – w szczególności dzieł eksperymentalnych, o niedostatecznie docenianej lub stanowiącej wyzwanie naturze. Nieustanne wysiłki Fundacji mają na celu ochronę i wzmocnienie twórczej spuścizny jej założyciela i zapewniają, że twórczy i otwarty umysł Warhola będzie miał głęboki wpływ na sztuki wizualne kolejnych pokoleń. Środki, jakie

Fundacja otrzymuje z projektów licencyjnych, zasilają fundusz, z którego przyznawane są dotacje. Więcej informacji można uzyskać na stronie www.warholfoundation.org.