

**NOWA KOLEKCJA TOMMY HILFIGER ADAPTIVE
FUNKCJONALNA MODA
PROJEKTOWANA SPECJALNIE DLA OSÓB Z NIEPEŁNOSPRAWNOŚCIĄ**

AMSTERDAM, NIDERLANDY (MARZEC 2021) – marka *TOMMY HILFIGER*, przedstawia kolekcję *Tommy Hilfiger Adaptive* na wiosnę 2021. To innowacyjna linia projektowana z myślą o dzieciach i dorosłych żyjących z niepełnosprawnością. Codzienne ubrania, wzbogacone o funkcjonalne rozwiązania, które ułatwiają samodzielne zakładanie – takie jak magnetyczne zapięcia oraz fasony dostosowane do protez lub pozycji na wózku. Starannie przemyślany design połączono ze słynnym stylem *TOMMY*ego: amerykańską klasyką z „twistem”, znanym ze wszystkich kolekcji marki dla kobiet, mężczyzn i dzieci. „Kolekcje *Tommy Hilfiger Adaptive* zrewolucjonizowały świat ubrań dla osób z niepełnosprawnościami. Pozwalają wszystkim korzystać z niezależności i zachęcają do wyrażania siebie poprzez styl,” mówi projektant Tommy Hilfiger. „Ubieranie się to czynność, która dodaje pewności siebie i pozwala nam czuć się dobrze przez cały dzień. Powinno sprawiać radość – każdemu!”.

Ponad miliard osób na świecie żyje z niepełnosprawnością, a wciąż są pomijani przez świat mody. *TOMMY HILFIGER* ambitnie mierzy się z tą nierównością na rynku. Pragnie zmienić branżę odzieżową na lepsze i stać się pierwszą globalną marką modową, która przystosowuje projekty z głównych kolekcji do potrzeb osób z niepełnosprawnościami. Linia *Tommy Hilfiger Adaptive* wystartowała w Stanach Zjednoczonych jesienią 2017 roku. Obecnie jest dostępna także w Europie, Japonii, Australii, oraz na tommy.com.

W kampaniach *Tommy Hilfiger Adaptive* od zawsze występuje różnorodne grono osób żyjących z niepełnosprawnością. Obsadę nowego sezonu tworzą: olimpijska kolarka Kristina Vogel, paraolimpijczyk Rheed McCracken, paraolimpijska pływaczka i biegaczka Haven Shepherd, były futbolista Isaiah Pead, paddleboardzista Jonas Letieri, modelka Ashley Young, model Teddy B. i siostry-modelki Mila i Elora.

Tommy Hilfiger Adaptive jest jedną z realizacji misji marki *TOMMY HILFIGER*, by tworzyć modę, która nie marnuje i jest otwarta na wszystkich. Ambitny cel jest siłą napędową firmy, która ewoluuje, by stać się inkluzywną i całkowicie dostępną marką dla każdego fana i każdej fanki stylu *TOMMY*ego. Kolekcja *Tommy Hilfiger Adaptive* wiosna 2021 będzie dostępna online na tommy.com i w wybranych sklepach internetowych już w marcu.

**TOMMY HILFIGER ADAPTIVE
WYWIAD Z TOMMY HILFIGEREM**

1. Dlaczego kolekcja *Tommy Hilfiger Adaptive* jest dla Ciebie tak ważna?

Jako tata dzieci ze spektrum autyzmu mogłem bezpośrednio doświadczyć tego, jak trudne jest dla nich ubieranie. Wybór stroju i zakładanie ubrań każdego dnia powinno być przyjemnością – nie przykrym obowiązkiem. Każdy zastępuje na niezależność i dobre samopoczucie.

2. Jakie były początki kolekcji *Tommy Hilfiger Adaptive*?

Wszystko zaczęło się od chłopca, który bardzo chciał nosić dżinsy do szkoły. Żyje z dystrofią mięśniową, więc guziki i suwaki były dla niego wyzwaniem, a nogawki nie mieściły jego ortez. Usłyszeliśmy, że jego mama nocami wszywała w spodnie zapięcia na rzepy, a w przerwie na lunch jeździła do szkoły, by pomóc

synowi skorzystać z łazienki. Wszystko po to, aby mógł nosić dżinsy jak swoi koledzy. To było dla nas oczywiste: musieliśmy coś z tym zrobić.

3. Jakie wyzwania napotykaacie przy projektowaniu dla osób z niepełnosprawnością?

Jako pierwsza designerska marka z kolekcją dla dzieci i dorosłych z niepełnosprawnością, musieliśmy już na początku bardzo wiele się nauczyć – także na błędach. Dowiedzieliśmy się o kilku sprawdzonych rozwiązaniach na rynku, ale szybko zdaliśmy sobie sprawę, że musimy pójść krok dalej. Każda niepełnosprawność wymaga innego podejścia, na przykład: projektując dla osoby korzystającej z wózka musimy inaczej zaplanować suwaki, guziki i kieszenie. Nasze podejście do kolekcji *Adaptive* jest naprawdę szerokie: tworzymy innowacje, by mogły pomóc jak największej liczbie osób. Pragniemy rozwijać się jeszcze bardziej, by oferować modę dostępną dla wszystkich w naszej społeczności.

4. Jaka filozofia napędza tę kolekcję?

Zawsze chciałem stworzyć globalną markę stylu życia dla każdego. Kolekcje *Adaptive* są częścią realizacji mojego marzenia, by umożliwić wszystkim dzieciom i dorosłym wyrażanie siebie przez modę. W przyszłości będziemy tylko bardziej rozwijać się w tym kierunku.

5. Co było inspiracją przy projektowaniu kolekcji?

Choć linia *Tommy Hilfiger Adaptive* wykorzystuje wyjątkowe rozwiązania, to ta sama moda, którą znajdziesz w każdej z naszych kolekcji. Właśnie to jest niesamowite! Patrząc na te produkty nigdy nie domyślisz się, że coś je wyróżnia. Równość stylu jest dla mnie bardzo ważna: aby każdy mógł wyglądać modnie i stylowo.

6. Jak wygląda projektowanie kolekcji *Adaptive*?

Zaczynamy od naszego rozpoznawalnego stylu: amerykańskiej klasyki z „twistem”. Wszystkie projekty łączy estetyka, kreatywność i jakość. Następnie każde rozwiązanie *Adaptive* wynika z konkretnych potrzeb: urządzamy obszerne konsultacje i grupy fokusowe, które dostarczają nam bezcennych informacji. Nasz magnetyczny suwak – który oczekuje na patent – był projektowany dla osób posługujących się jedną ręką, ale szybko stało się oczywiste, że łatwy w użyciu zamek to idealne rozwiązanie dla wszystkich.

7. Jak myślisz, jak świat mody radzi sobie z wezwaniem do większej inkluzywności?

W historii naszej branży widzieliśmy, jak wielki wpływ na modę może mieć inkluzywność. Zwrócenie uwagi na marginalizowane społeczności pozwala przełamać wiele barier i uprzedzeń, a tym samym tworzyć fundament bardziej otwartego świata. Wielkie zmiany w każdej dziedzinie wymagają czasu, zawsze jednak czuliśmy się pionierami. Będąc globalną marką, to na nas spoczywa odpowiedzialność, by przecierać szlaki tam. Jesteśmy bardzo dumni, że możemy tworzyć świat dostępnej mody *Adaptive*.

8. Jak linia *Tommy Hilfiger Adaptive* wpisuje się w kulturę Twojej marki?

Nieustannie szukamy nowych sposobów, by nasza marka była bardziej dostępna, różnorodna i demokratyczna. *Tommy Hilfiger Adaptive* to kwintesencja tych wartości. Czy to rozbudowując gamę rozmiarów dla różnorodnych typów sylwetek, czy tworząc więcej neutralnych płciowo projektów – w każdym sezonie coraz bardziej realizujemy naszą misję, by tworzyć bardziej otwartą, wygodną i przyjemną modę dla wszystkich.

Zdjęcia kampanii: [Pobierz](#)

Video kampanii: [Pobierz](#)

Zdjęcia kompozycyjne: [Pobierz](#)

W celu uzyskania dodatkowych informacji prosimy o kontakt:

Kamila Belczyk – Pańków

Kamila@pretaporter-pr.com

+ 48 604 782 811

Petra Kosorić – Kielczewska

petra@pretaporter-pr.com

+48 662 033 133

Tommy Hilfiger

Dzięki *TOMMY HILFIGER* i *TOMMY JEANS*, Grupa Tommy Hilfiger jest jedną z najbardziej rozpoznawalnych na świecie marek premium projektantów mody. Jej działalność koncentruje się na tworzeniu wysokiej jakości odzieży dla mężczyzn, kobiet i dzieci, kolekcji džinsów, bielizny (w tym szlafroków, bielizny nocnej i wypoczynkowej), obuwia i akcesoriów. Za pośrednictwem wybranych licencjobiorców, Tommy Hilfiger oferuje także okulary, zegarki, perfumy, stroje kąpielowe, skarpetki, galanterię skórzaną, artykuły domowe i walizki. Linie produktów *TOMMY JEANS* tworzy kolekcja odzieży denimowej i obuwia dla kobiet i mężczyzn, a także akcesoriów i perfum. Produkty pod markami *TOMMY HILFIGER* i *TOMMY JEANS* są dostępne na całym świecie przez rozbudowaną sieć sklepów detalicznych *TOMMY HILFIGER* i *TOMMY JEANS*, wiodących domów towarowych, wybranych sprzedawców internetowych oraz strony internetowej *tommy.com*.

PVH Corp.

PVH to jedna z najsłynniejszych firm przemysłu mody i stylu życia na świecie. Prowadzimy legendarne marki, które napędzają świat mody: [TOMMY HILFIGER](#), [CALVIN KLEIN](#), [Van Heusen](#), [IZOD](#), [ARROW](#), [Warner's](#), [Olga](#) i Geoffrey Beene, a także dostępna online bielizna [True & Co](#). Różnorodną gamę produktów oferujemy pod wieloma amerykańskimi i międzynarodowymi markami własnymi i licencjonowanymi. PVH zatrudnia ponad 38 tys. pracowników w ponad 40 krajach i osiąga roczny dochód w wysokości 9.7 miliarda dolarów.

Obserwuj nasze profile: [Facebook](#), [Instagram](#), [Twitter](#) i [LinkedIn](#).