

## TOMMY HILFIGER I SHAWN MENDES PRZEDSTAWIAJĄ WSPÓLNĄ KOLEKCJĘ CLASSICS REBORN NA WIOSNĘ 2023

Współpraca z Shawnem Mendesem i zrównoważony rozwój w kampanii i kolekcji na wiosnę 2023 r.

**AMSTERDAM, HOLANDIA (MARZEC 2023)** – Tommy Hilfiger przedstawia kapsułową kolekcję i kampanię *Tommy X Shawn Classics Reborn*, powstałej we współpracy z piosenkarzem i autorem piosenek – Shawnem Mendesem. Efekty działań, których premiera nastąpi 15 marca 2023 roku, zaprezentują współczesną wersję ponadczasowej klasyki. Tchną nowe życie w styl preppy – teraz projektowany z myślą o zrównoważonym rozwoju.

W kampanii wzięli udział przyjaciele i rodzina wokalisty, a także działacze na rzecz zrównoważonego rozwoju oraz przedstawiciele młodego pokolenia. Do Shawna dołączyła jego siostra Aaliyah Mendes, artysta, wokalista i autor piosenek – a także bliski przyjaciel – Jon Vinyl, producent artystyczny Mike Sabath, artysta Ahmad Cissé, pisarka i modelka Maye Musk, projektantka Czarina Kwong, aktywistka Deprise Lons, model Yvesmark Chery i modelka Anita Jane Pathammavong.

Kampania *Classics Reborn* prezentuje 28-elementową kolekcję dla kobiet i mężczyzn. Każdy z projektów został poświęcony nowej interpretacji klasyki stylu preppy.

Wspólna wizja Tommy'ego Hilfigera i Shawna Mendesa łączy cztery idee. Pierwsze z nich to **Color Reborn** i **Materials Reborn** – skupione wokół zrównoważonych innowacji w kolekcji. Dwie kolejne, **Self Reborn** i **Community Reborn**, odzwierciedlają współczesny styl życia.

**Color Reborn** to materiały uzyskane dzięki przetworzeniu tekstyliów. Tkaniny Recycrom™ wykorzystują nową technikę produkcji barwników, które powstają w wyniku przetworzenia włókien z fabrycznych odpadów tkanin na sproszkowany pigment.

**Materials Reborn** to wizja, która uwzględnia najnowocześniejsze technologie produkcji nowych, materiałów z odzyskanych surowców. W kolekcji zastosowano Circulose® – materiał wykonany z mieszanki przetworzonych odpadów tkanin i włókien drzewnych. Jego produkcja zmniejsza zapotrzebowanie na nowe surowce i sprawia, że wyrzucone bawełniane ubrania mogą być częścią bardziej cyrkularnego systemu recyklingu – zamiast trafiać na wysypiska śmieci.

**Self Reborn** to zobowiązanie do nowego spojrzenia na pomysły, pasje i poglądy – i na to, co nosimy.

**Community Reborn** to pragnienie, by otaczać się ludźmi, którzy motywują nas do bycia lepszymi.

„Kolekcja *Tommy X Shawn Classics Reborn* stawia kolejny krok na drodze do realizacji naszej wizji zrównoważonego rozwoju. Dążymy bowiem do tworzenia mody, która nie marnuje niczego i jest dostępna dla każdego,” mówi Tommy Hilfiger. „Shawn to imponujący młody człowiek i rzecznik pozytywnych zmian w świecie. Jesteśmy dumni, że możemy z nim współpracować i doceniamy rolę, którą pełni w tworzeniu przyszłości bardziej odpowiedzialnej mody”.

Nowa kolekcja, stworzona we współpracy z Shawnem Mendesem, powstała z inspiracji stylem preppy marki TOMMY HILFIGER w latach 90. Wyraźnie zaakcentowano fasony, wyjątkową wygodę i różnorodność. Projekty odzwierciedlają modę Tommy'ego w nowoczesny sposób – tworzą klasykę na dziś i na jutro.

„Jestem bardzo podekscytowany, że mogę pracować z moją rodziną Tommy'ego nad kolekcją *Classics Reborn*,” mówi Shawn Mendes. „Nasza kolekcja jest dla mnie tak wyjątkowa, bo mogłem pracować z Tommym Hilfigerem nad niesamowitymi projektami – wysokiej jakości, zrównoważonymi wersjami ich najbardziej klasycznych ubrań”.

Kolekcja składa się między innymi z koszulki rugby w gwiazdy i pasy, wykonanej z mieszanki bawełny pochodzącej z recyklingu i bawełny organicznej, a także spodni chino z podwójną plisą – stworzonych ze 100% bawełny organicznej, barwionej za pomocą technologii Recycrom™. Inne ważne projekty

to kurtka typu college z mieszanki wełny z recyklingu i rękawami z nylonu ECONYL®, uzyskanego przy użyciu odpadów z wysypisk i oceanów, w tym sieci rybackich. Wszystkie materiały posiadają certyfikaty zrównoważonego rozwoju przemysłu odzieżowego: Responsible Wool Standard (RWS), Organic Content Standard (OCS) i Global Recycled Standard (GRS).

Więcej informacji na temat strategii zrównoważonego rozwoju marki *TOMMY HILFIGER* można znaleźć na stronie internetowej <https://responsibility.pvh.com/tommy/>.

Przyjaciele marki mogą dołączyć do społeczności i dyskusji w mediach społecznościowych za pomocą profili [@TommyHilfiger](#) i [@ShawnMendes](#) oraz hashtagu #TommyHilfiger.

###

**Zdjęcia packshotowe:** [pobierz](#)

**Zdjęcia wizerunkowe:** [pobierz](#)

###

W celu uzyskania dodatkowych informacji, prosimy o kontakt:

Karolina Łydźba  
[karolina@pretaporter-pr.com](mailto:karolina@pretaporter-pr.com)  
+48 791 404 455

Petra Kosorić – Kielczewska  
[petra@pretaporter-pr.com](mailto:petra@pretaporter-pr.com)  
+48 662 033 133

###

## **TOMMY HILFIGER**

*TOMMY HILFIGER* to jedna z najbardziej rozpoznawalnych marek lifestyle'owych klasy premium na świecie. Od 1985 r. podnosi na duchu i inspiruje konsumentów. Na styku klasyki i nowości kreuje kultowy styl – współtworzony z artystami, którzy kształtują kulturę świata. Marka *TOMMY HILFIGER* przedstawia esencję ponadczasowej amerykańskiej mody w świeżym wydaniu.

Tommy Hilfiger oferuje konsumentom na całym świecie najwyższą jakość marek *TOMMY HILFIGER* i *TOMMY JEANS*. Ich ofertę tworzą różnorodne kolekcje, obejmujące m.in. męską, damską i dziecięcą odzież, dzinsy, akcesoria i obuwie. Firma nieustannie poświęca się zrównoważonemu rozwojowi i pracuje na rzecz integracji społecznej.

Globalna sprzedaż detaliczna produktów *TOMMY HILFIGER* w 2021 r. wyniosła około 9,3 miliarda dolarów. Markę tworzy ponad 16 000 pracowników – w 100 krajach i ponad 2 000 sklepach detalicznych, w tym największym globalnym flagowym sklepie *tommy.com*. W 2010 r. firma Tommy Hilfiger została przejęta przez grupę PVH, która nadzoruje ukierunkowane działania na rzecz budowania świadomości i obecności marki na świecie oraz jej długoterminowego wzrostu.

## **PVH Corp.**

PVH to jedna z najsłynniejszych 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.

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