

## TOMMY HILFIGER ORAZ SHAWN MENDES ROZPOCZYNAJĄ WIELOETAPOWĄ WSPÓŁPRACĘ PT. „PLAY IT FORWARD” SKIEROWANĄ NA ZRÓWNOWAŻONY ROZWÓJ

*Pierwszy etap partnerstwa „Play It Forward” rozpoczyna kampania na lato 2022 pt. „Classics Reborn”, której twarzą został Shawn Mendes oraz przekazanie darowizny w wysokości 1 miliona dolarów przez Tommiego Hilfigera w celu zrównoważenia wpływu światowej trasy koncertowej Shawna Mendesa na środowisko.*

**AMSTERDAM, HOLANDIA (MAJ 2022)** – marka Tommy Hilfiger, z przyjemnością ogłasza partnerstwo pt. „Play it Forward” z kanadyjskim piosenkarzem i autorem tekstów Shawnem Mendesem. Wielopłaszczyznowa współpraca ma na celu rozwijać ich wspólną wizję lepszej przyszłości. Działania rozpocznie globalna kampania letniej kolekcji „Classics Reborn”, która została w całości wykonana z bardziej zrównoważonych materiałów i której twarzą został Shawn.

Kampania TOMMY HILFIGER „Classics Reborn” została sfotografowana przez Craiga McDeana i przedstawia Shawna Mendesa w najnowszej kolekcji pt. „1985 Program”. Ujrzymy w niej piosenkarza w kultowej koszulce polo 1985 wykonanej z organicznej bawełny. Shawn ma na sobie również bardziej ekologiczny džins, który jest wyprodukowany w 20% z bawełny pochodzącej z recyklingu poużytkowego i wymagał mniej wody i energii elektrycznej na etapie wykańczania. Całość stylizacji kampanijnej Shawna Mendesa dopełniają wyselekcjonowane bestsellerowe ubrania TOMMY HILFIGER, oddając tym samym hołd kultowym, klasycznym projektom marki.

Użycie bawełny organicznej w kolekcji „1985 Program” z 2022 r. pozwoliło zmniejszyć ekwiwalent CO<sub>2</sub> o około 48% i uniknąć 692 ton jego emisji. Jest to ilość odpowiadająca 641 lotom w jedną stronę z Londynu do Nowego Jorku dla jednego pasażera.

Aby wzmocnić przekaz partnerstwa, podczas nadchodzącej trasy Wonder: The World Tour, Shawn Mendes będzie nosił ekologiczne, szyte na miarę ubrania marki TOMMY HILFIGER, podczas gdy Tommy Hilfiger przekaże milion dolarów na działania mające na celu złagodzenie i zrównoważenie wpływu trasy na środowisko.

Punktem kulminacyjnym partnerstwa będzie wspólna kolekcja kapsułowa, która zadebiutuje wiosną 2023 roku i która będzie połączeniem ponadczasowego stylu marki z innowacyjnymi materiałami, tkaninami pochodzącymi z recyklingu oraz będzie oparta o gospodarkę cyrkulacyjną.

„Shawn to nie tylko wszechstronnie utalentowany muzyk, lecz także głos nowej generacji, tzw. „Futuremakers”, która doskonale rozumie potrzebę działania” — mówi Tommy Hilfiger. „Łącząc siły z Shawnem w edukowaniu i wprowadzaniu innowacji, możemy rozbudować i przenieść naszą podróż ku zrównoważonemu rozwojowi na jeszcze wyższy poziom. Przed nami jeszcze długa droga, ale działając wspólnie możemy jeszcze mocniej zwiększać świadomość potrzeby działania i wyrzucić jeszcze silniejszy wpływ”.

“Tommy i jego kultowa marka, inspirują mnie od zawsze i cieszę się, że mogę wyruszyć w naszą wspólną podróż z moimi fanami”, mówi Shawn Mendes. „Każdy ma do odegrania rolę w tworzeniu bardziej zrównoważonej przyszłości i nie mogę się doczekać uczenia się od siebie nawzajem, a zarazem odkrywania, jak kreatywność i wyobraźnia mogą pozytywnie wpływać na branżę modową. Cieszę się, że będę mógł dzielić się tym, co oznacza dla mnie bardziej zrównoważone życie”.

W ramach swojej nadchodzącej trasy *Wonder: The World Tour*, Shawn Mendes zobowiązał się do zmniejszenia o 50% emisji CO2 na koncert w porównaniu do swojej ostatniej światowej trasy koncertowej z 2019 r. oraz złagodzenia wszystkich pozostałych emisji poprzez realizację projektu usuwania dwutlenku węgla i unikania emisji dwutlenku węgla.

Podczas występów Shawn Mendes będzie nosić ekologiczne ubrania, zaprojektowane specjalnie na trasę koncertową. Nie zabraknie stylizacji wykonanych przy użyciu pozostałości z poprzednich kolekcji TOMMY HILFIGER, oraz ze starych tkanin z tzw. "deadstocku", czyli z niesprzedanych produktów lub resztek tkanin pozostałych na stanie.

Aby wesprzeć wspólną misję i partnerstwo, Tommy Hilfiger przekaże 1 milion dolarów na wsparcie realizacji programu zrównoważonego rozwoju i ekologizacji trasy. Znaczna część tej inwestycji zostanie przekazana na regeneracyjną uprawę bawełny, poszerzającą inicjatywę firmy Tommy Hilfiger na rzecz zrównoważonego rozwoju.

W nadchodzących miesiącach na kanałach społecznościowych Tommy Hilfiger oraz Shawna Mendesa zostaną udostępnione dalsze szczegóły współpracy „Play it Forward”. Fani marki mogą przyłączyć się do społeczności i wspólnych rozmów za pośrednictwem oznaczeń #TommyHilfiger, @TommyHilfiger i @ShawnMendes.

###

**Zdjęcia kampanijne low-res:** [pobierz](#)

**Zdjęcia kampanijne high-res:** [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 – Kiełczewska  
[petra@pretaporter-pr.com](mailto:petra@pretaporter-pr.com)  
+48 662 033 133

## **TOMMY HILFIGER**

TOMMY HILFIGER to jedna z najbardziej rozpoznawalnych na świecie marek lifestylowych premium, od 1985 roku wyznaczająca trendy i inspirująca konsumentów. Marka tworzy kultowy styl, który łączy klasykę i nowoczesność, współtworząc z ludźmi, którzy kształtują kulturę na całym świecie. TOMMY HILFIGER to esencja klasycznego amerykańskiego stylu z nowoczesnym akcentem. Tommy Hilfiger zapewnia konsumentom na całym świecie najwyższą jakość w klimacie lifestyle w ramach marek TOMMY HILFIGER i TOMMY JEANS, oferując szeroką gamę kolekcji obejmujących męską, damską i dziecięcą odzież sportową, dzinsy, akcesoria i obuwie. Tommy Hilfiger jest niezłomnie zaangażowany w zrównoważony rozwój.

Globalna sprzedaż detaliczna produktów TOMMY HILFIGER wyniosła w 2021 roku około 9,3 miliarda dolarów. Marka zatrudnia ponad 16 000 współpracowników na całym świecie — obecnych w 100 krajach i w ponad 2000 sklepach detalicznych, w tym największym na świecie sklepie flagowym tommy.com. PVH przejęło firmę Tommy Hilfiger w 2010 roku i nadal nadzoruje ukierunkowane podejście do zwiększania ogólnoświatowego znaczenia, obecności i długoterminowego wzrostu marki.

### **O drodze marki Tommy Hilfiger ku zrównoważonemu rozwojowi**

Wizją TOMMY HILFIGER jest by do 2030r. stać się marką, która nic nie marnuje i jest otwarta na wszystkich. W 2020 roku organizacja ogłosiła 24 cele w czterech filarach, koncentrujące się na obiegu zamkniętym i integracji. Cele te służą jako przewodnik do tworzenia bardziej zrównoważonych produktów przy użyciu materiałów organicznych i pochodzących z recyklingu; prowadzenie innowacyjnych procesów w łańcuchach dostaw, w tym produkcji dżinsu o mniejszym oddziaływaniu na środowisko i minimalnym zużyciu wody i energii; wspieranie integracji społeczności z Tommy Hilfiger Fashion Frontier Challenge; oraz zapewnienie każdemu fanowi marki dostępu do produktów z Tommy Hilfiger Adaptive, zaprojektowanym w celu ułatwienia ubierania się niepełnosprawnych dorosłych i dzieci. W 2019 r. TOMMY HILFIGER stała się jedną z pierwszych marek, które wykorzystywały na dużą skalę bawełnę pozyskaną w 100% z recyklingu. W 2020 r. prawie 60% jej globalnych kolekcji zostało wykonanych z materiałów pozyskiwanych w sposób bardziej zrównoważony — liczba ta stale rośnie z sezonu na sezon. Program *Tommy for Life*, który został uruchomiony w 2020 r., bada różne modele, w których wcześniej lubiany lub uszkodzony produkt jest odbierany i odsprzedawany, naprawiany lub przerabiany na zupełnie nowe przedmioty. Co więcej, uznając, że żadna firma nie może zmienić krajobrazu zrównoważonego rozwoju w pojedynkę, Tommy Hilfiger, jako część PVH Corp., połączył siły z partnerami branżowymi, podpisując The Fashion Pact w sierpniu 2019 r., a także dołączając do Ellen MacArthur Foundation Make Fashion Circular i Inicjatywy Jeans Redesign w 2020 r. Więcej informacji można znaleźć na [stronie internetowej](#).

### **O „Classics Reborn”**

Kampania „Classics Reborn”, w której Shawn Mendes śpiewa cover „Dancing in the Dark” Bruce’a Springsteena, została nakręcona przez Craiga McDeana w Austin w Teksasie. Kampania zostanie silnie promowana w mediach cyfrowych a także poprzez storytelling na kanałach społecznościowych @TommyHilfiger i @ShawnMendes.

### **PVH Corp.**

PVH to jedna z najsłynniejszych firm świata mody która 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: [Facebook](#), [Instagram](#), [Twitter](#) i [LinkedIn](#)

### **Shawn Mendes**

Pochodzący z Toronto w Kanadzie, Shawn Mendes jest trzykrotnie nominowanym do nagrody GRAMMY® piosenkarzem, autorem tekstów i producentem. Znany z przebojów „Stitches”, „Treat You Better”, „Señorita” i nowego singla „When You’re Gone” jest trzecim najmłodszym artystą solowym, którego albumy trafiły na sprzedażową #1 trzykrotnie z rzędu. W 2020 roku był najmłodszym mężczyzną, jaki kiedykolwiek znalazł się na szczycie Billboard 200 z czterema albumami studyjnymi. Oprócz swoich osiągnięć muzycznych Shawn Mendes wspiera różne działania humanitarne, a w 2019 roku założył Fundację Shawna Mendesa, która stara się inspirować młodzież do odkrywania swoich pasji, jednocześnie umożliwiając im zmienianie świata. W ramach swojej bieżącej misji Fundacja zapewnia zasoby i dystrybuuje „Wonder Grants”, aby wspierać i umacniać młodych changemakerów w tworzeniu nowych możliwości i ulepszenia ich społeczności.