

**TOMMY HILFIGER PRZEDSTAWIA WSPÓŁPRACĘ TOMMY JEANS  
Z LONDYŃSKĄ MARKĄ STREETWEAR ARIES**

*Wspólna kolekcja to przewrotna gra symbolami stylu preppy.  
W jej skład wchodzi limitowana edycja projektów, wykonanych ręcznie z odzyskanych ubrań.*



**AMSTERDAM, HOLANDIA** – Tommy Hilfiger ma przyjemność przedstawić najnowszą współpracę *TOMMY JEANS* z londyńską marką luksusowego streetwearu Aries. Wspólna kolekcja marek opiera się na grze proporcji i uniwersalnych sylwetkach. Podkreślone ręcznie wykonanymi przez Aries elementami, unikalne projekty pozwolą na nowo odkryć klasyczne motywy stylu *Tommy*'ego.

35-częściowa kolekcja *Tommy X Aries* składa się z ubrań męskich, damskich i obuwia, zainspirowanych archiwami *TOMMY JEANS* i wzbogaconych charakterystycznymi motywami marki Aries. W projektach zastosowano jeans, przeskalowane proporcje i warstwy, które wnoszą do nowoczesnego stylu preppy akcent luksusowego streetwearu. Główne elementy kolekcji to sukienka z żakardową logowaną taśmą, komplet czarnej kurtki typu trucker i spodni, jeansowa kurtka w odcieniu indygo i luźne, dwukolorowe spodnie z denimu pokrytego sitodrukiem.

Wspierając wizję zrównoważonego rozwoju marki *TOMMY HILFIGER* – i mody, która nic nie marnuje i jest otwarta na wszystkich – wybrane elementy kolekcji tworzą serię *Tommy x Aries: Remade*. To limitowana edycja unikalnych, jedynych w swoim rodzaju projektów, ręcznie wykonanych przez Aries z istniejących już ubrań: odpadów pokonsumpcyjnych i fabrycznych nadwyżek. Wśród unikatów dla kobiet znalazły się [m.in.](#) gorsety z flagi *Tommy*'ego i odzyskanego denimu, wycinane T-shirty w stylu vintage, czy asymetryczna sukienka, uszyta z trzech koszul. Projekty dla mężczyzn wykorzystują przerobione firmowe flagi *Tommy*'ego i elementy graffiti na koszulkach i bluzach vintage.

Aby zapewnić maksymalny efekt, kampania wspólnej kolekcji kładzie nacisk na design i konstrukcję poszczególnych produktów. Autentyczna, surowa estetyka marki jest przedstawiona z buntowniczą, porywającą energią. Twórczy motyw „hakowania” mody ożywa dzięki artystycznej oprawie każdego kadru. Wykorzystane naszywki, taśmy i grafiki – elementy każdego z projektów – wzbogacającą wizję kampanii.

Fotograf Angelo Pennetta wniósł do tej współpracy swój unikalny punkt widzenia i starannie opracował kampanię jako portfolio intrygujących zdjęć. W jego lookbooku występują: nominowana do nagrody GRAMMY raperka GloRilla, artysta muzyki grime Novelist oraz przyjaciele marki Aries: 5EB, Brian Tshabola, Haajar Djouada, Kasper Kapica, Kirbs, Nathan Rosen i Xiao Wang.

Kampanię dopełni film autorstwa założycielki i dyrektorki kreatywnej marki Aries – Sofii Pranterey. Jako nawiązanie do hiphopowej historii marki *TOMMY JEANS*, wideo pełne wyrazistych kadrów zaprezentuje instrumentalną wersję utworu „Unh Unh” GloRilli z gościnnym udziałem raperów: Novelista, Kirbsa i 5EB.

Kolekcja będzie miała premierę w Londynie, gdzie nowe technologie będą „hakować” miasto. Plakaty i tablice z oznaczeniami ulic – po zeskanowaniu przez smartfon – będą kierować przechodniów do pobliskiego sklepu. Na miejscu goście będą mogli zapoznać się z kolekcją w wirtualnej przymierzalni w technologii AR.

Aries to marka luksusowego streetwearu, projektowanego w Londynie i produkowanego we Włoszech. Stworzona przez Sofię Pranterę, narodziła się z jej nieustającej miłości do kultury trash, niszowej sztuki, grafiki i ilustracji. Aries odzwierciedla korzenie Sofii, wywodzące się z londyńskiej szkoły mody Central Saint Martin's, a także jej pieczołowite podejście do konstrukcji, farbowania i zdobienia ubrań.

Kolekcja będzie dostępna od 31 marca 2023 r. w wybranych sklepach Tommy Jeans i u wybranych partnerów, na stronie [tommy.com](https://tommy.com) oraz w sklepie Aries w Londynie.

Dołącz do społeczności *TOMMY JEANS* w mediach społecznościowych za pośrednictwem profili [@TommyJeans](https://www.instagram.com/TommyJeans) i [@Ariesarise](https://www.instagram.com/Ariesarise) oraz hashtagów: #TommyJeans i #TommyxAries.

###

**Zdjęcia z kampanii:** [pobierz](#)

**Zdjęcia packshotowe:** [pobierz](#)

**Video:** [pobierz](#)

###

## **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](#).