Informacja prasowa

VISTULA ICONS

Klasyka, która wyraża męskość i dotrzymuje kroku nowoczesności.

**W nowej kampanii Vistula ICONS marka łączy klasykę i nowoczesność, pokazując, że garnitur może być symbolem nowej, świadomej męskości**. Nowoczesny mężczyzna według Vistula nie boi się wyrażać swoich emocji i samego siebie również poprzez ubrania. Marka tworząc różnorodne projekty wychodzi naprzeciw jego potrzebom. Doskonale skrojone garnitury są bazą dla wielu stylizacji, podkreślają indywidualny styl i charakter. Pierwszym bohaterem kampanii ICONS został znany aktor Mateusz Banasiuk.

Na przestrzeni lat widzimy, jak ewoluowała moda męska, jednak jej DNA pozostaje niezmienne – garnitur to produkt wyjątkowy, z którym nie jest w stanie konkurować żaden inny element męskiej szafy. Nie może zabraknąć go  na studniówce, rozmowie o pracę, uroczystości rodzinnej czy spotkaniu biznesowym. Garnitur to męski power dressing, który marka Vistula od ponad 50. lat doskonali, sprawiając, że podąża on za zmieniającymi się potrzebami i trendami w obszarze mody formalnej.

Czym jest NOWA MĘSKOŚĆ?To pytanie zainspirowało markę Vistula do spojrzenia na męskość w kontekście ubioru formalnego. Świadomość siebie, otwartość na zmiany i różnorodność – to cechy marki, które bliskie są również mężczyznom, zaproszonym do kampanii ICONS. Wraz z nimi, garnitur staje się symbolem świadomej męskości.

Pierwszym mężczyzną zaproszonym do kampanii jest Mateusz Banasiuk, uznany aktor młodego pokolenia. W pracy, w życiu prywatnym i w modzie jest otwarty na zmiany i nowe wyzwania. Nie boi się odważnych, wymagających ról (choćby w głośnych „Płynących wieżowcach” Tomasza Wasilewskiego). Chroni swoją prywatność, ale w wywiadach otwarcie mówi o bezgranicznej miłości do syna. Jest również bardzo aktywny, realizuje pasje sportowe (surfing, jazdę na rolkach) i muzyczne (gra na perkusji). Zawsze świetnie ubrany, zwykle stawia na elegancki look z nowoczesnym sznytem.

W video promującym kampanię Vistula Mateusz Banasiuk ma na sobie szary garnitur – klasyczne spodnie oraz dwurzędową marynarkę o kroju slim fit, który dopasowuje się do sylwetki. Zestaw uszyto w Polsce z wełny od renomowanego, włoskiego producenta Marlane. Klasyczna forma i kolorystyka garnituru oraz modne w tym sezonie paski podczas tygodni mody lansowali między innymi Dries van Noten i Givenchy. Zestaw ten sprawdzi się w formalnych stylizacjach, ale też można go (lub jego elementy) nosić na co dzień, w wydaniu casual.

Podobnie jak gładki, dwuczęściowy garnitur w kolorze głębokiego granatu z dopasowaną marynarką i prostymi spodniami. Spodoba się on mężczyznom, którzy stawiają na nowoczesną elegancję, jak i stałym klientom ceniącym sprawdzone rozwiązania i ponadczasowy krój, z których słynie Vistula. W kampanii Vistula ICONS garnitury stają się nie tylko ubiorem, lecz wyrazem nowej, świadomej męskości.

**SELFMADE ICON. Dołącz do grona mężczyzn wyrażających swoją męskość.**

Kontakt dla mediów:

Prêt-à-Porter VISTULA

Agnieszka Błażejczak Sylwia Małanowska

[agnieszka@pretaporter-pr.com](mailto:agnieszka@pretaporter-pr.com) [sylwia.malanowska@vrg.pl](mailto:sylwia.malanowska@vrg.pl)

Tel. 516 088 482 Tel. 783 781 428