

# GUESS JEANS®

## **GUESS JEANS x HYSTERIC GLAMOUR: Kalifornijskie klasyki w interpretacji rodem z Tokio**

GUESS JEANS oraz Chief New Business Development Officer, Nicolai Marciano, ogłaszają nową, dynamiczną współpracę z marką HYSTERIC GLAMOUR. Stanowi ona wyrazisty dialog pomiędzy dwoma wpływowymi siłami w świecie globalnego denimu, kultury młodzieżowej i designu. Partnerstwo łączy środowiska kreatywne Kalifornii i Tokio, oddając wspólną energię, zakorzenioną w indywidualizmie, buncie i odważnym języku wizualnym.

GUESS JEANS prezentuje kampanię na sezon Wiosna 2026 – filmową opowieść o nostalgii i ekspresji. Czerpiąc z dziedzictwa obu marek, znanych z wyrazistej estetyki i buntowniczego ducha, współpraca interpretuje archiwalne inspiracje we współczesny sposób, angażując twórców płynnie poruszających się pomiędzy obiema kulturami.

Kampania przenosi nas do klimatycznego motelu w Los Angeles. Zdjęcia zrealizowano w trzech sceneriach – w pokoju, na specjalnie wybudowanym planie oraz w zewnętrznej części budynku, skąpanej w świetle zachodzącego słońca. Efektem jest świat pełen kontrastów – zabawny, a jednocześnie prowokacyjny, sentymentalny, lecz nowoczesny, w którym przenikają się surfing, skateboarding, muzyka i kultura undergroundowa.

Kolekcja Wiosna 2026 czerpie z kalifornijskiej kultury skateboardowej i surferskiej, łącząc klasyczne sylwetki GUESS JEANS z zuchwałym, graficznym językiem HYSTERIC GLAMOUR. Archiwalne motywy GUESS z Zachodniego Wybrzeża łączą się z kultowymi symbolami HYSTERIC, tworząc warstwowe, kolażowe kompozycje. Metki naszyte na ubraniach przypominają archiwalne naklejki, nadając kolekcji rzemieślniczego charakteru. Tłoczony i laserowo obrabiany denim zestawiono z teksturowanymi tkaninami w paski w stylu retro, inspirowanymi Venice Beach.

*„GUESS JEANS i ja pochodzimy z tej samej epoki. W tej współpracy reinterpretowałem nostalgię, jaką czułem wobec GUESS JEANS, przez pryzmat HYSTERIC GLAMOUR. Mam nadzieję, że następane pokolenie będzie czerpać radość ze stylizowania tych elementów na własny sposób” - mówi Nobuhiko Kitamura, HYSTERIC GLAMOUR.*

Założona w 1984 roku przez wizjonerskiego projektanta Nobuhiko Kitamurę marka HYSTERIC GLAMOUR, stała się jedną z kluczowych sił kontrkulturowych kształtujących ruch Harajuku. Powstała pod wpływem rosnącej obecności kultury amerykańskiej w Japonii, łączyła rock, pop-art i vintage'ową estetykę USA w buntowniczym stylu, który odrzucał konserwatywną modę. Dzięki subwersywnym grafikom, surowej energii i bezkompromisowemu podejściu, marka przełamywała granice między japońską kulturą uliczną a Zachodem, torując drogę kolejnym pokoleniom projektantów i twórców streetwearu.

W latach 90. i 2000. marka zdobyła status kultowej wśród muzyków, artystów i środowisk kreatywnych, współpracując m.in. z Sonic Youth, rozszerzając działalność o świat sztuki i realizując wspólne projekty z Andy Warhol Foundation. Późniejsze współprace z Supreme połączyły jej undergroundowego ducha z nowym pokoleniem odbiorców, przy zachowaniu niezależnej tożsamości. Dziś HYSTERIC GLAMOUR pozostaje niszową, lecz wpływową marką, cenioną przez kolekcjonerów i znawców kultury na całym świecie.

*„Ta współpraca to naturalna synergia dwóch marek, które zawsze celebrowały indywidualizm, kulturę młodzieżową i odważną ekspresję. Połączenie światów wizualnych GUESS JEANS i Hysteric Glamour pozwala nam oddać hołd dziedzictwu, tworząc jednocześnie coś nowego, świeżego i nieoczywistego dla kolejnego pokolenia.” – mówi **Nicolai Marciano**, GUESS JEANS.*

Po globalnym rebrandingu GUESS JEANS, Nicolai Marciano zainicjował szereg międzynarodowych działań, otwarć flagowych sklepów i partnerstw kulturowych, pozycjonujących markę na styku mody, sztuki i muzyki. Współpraca na sezon Wiosna 2026 stanowi kolejny krok w umacnianiu zaangażowania GUESS JEANS w promowanie kreatywnych głosów i budowanie międzykulturowego dialogu.

Od momentu otwarcia flagowego sklepu w Tokio GUESS JEANS konsekwentnie rozwija współpracę z lokalnymi społecznościami, markami i twórcami, dostrzegając znaczenie oraz globalny wpływ rynku japońskiego. To długofalowe podejście odzwierciedla szerszą wizję łączenia lokalnej energii z globalną publicznością.

Kampania Wiosna 2026 to kolejny etap ewolucji GUESS JEANS, łączący ducha Kalifornii z kontrkulturową perspektywą Tokio, reprezentowaną przez HYSTERIC GLAMOUR. Partnerstwo zapowiada nową erę kreatywnej wymiany, opowieści kulturowej i globalnej ekspresji młodego pokolenia, podkreślając znaczenie Japonii w rozwijającej się międzynarodowej narracji marki.

Kolekcja GUESS JEANS x Hysteric Glamour Wiosna 2026 będzie dostępna we flagowych sklepach marki w Los Angeles (8700 Melrose Ave), Tokio (4-26-14 Jingumae, Shibuya-ku) oraz Berlinie, a także u wybranych sprzedawców detalicznych na całym świecie i na globalnych kanałach e-commerce marki.

**Zdjęcia packshotowe:** [pobierz](#)

**Zdjęcia wizerunkowe:** [pobierz](#)