

GUESS JEANS®

GUESS JEANS ogłasza gwiazdy najnowszej kampanii: Beabadoobee, Kai Isaiah-Jamal i Gene Gallagher w obiektywie Rafaela Pavarottiego.

GUESS JEANS i Nicolai Marciano zaprosili do najnowszej kampanii trójkę najciekawszych, wschodzących gwiazd muzyki i mody: piosenkarkę i autorkę tekstów Beabadoobee, poetę i modela - Kai-Isaiah Jamala oraz muzyka i modela Gene'a Gallaghera.

Za obiektywem po raz kolejny stanął Rafael Pavarotti, znany ze swojego wyjątkowego stylu fotograficznego. Sesja zdjęciowa przedstawia bohaterów kampanii w dynamicznych, czarno-białych ujęciach. Modele mają na sobie najważniejsze elementy kolekcji GUESS JEANS, stworzone przy użyciu innowacyjnej technologii GUESS AIRWASH™.

W kampanii prezentowane są klasyczne fasony denimu z linii GUESS JEANS. Spośród oferty dla mężczyzn są to takie kultowe modele jak: G18 Relaxed, G16 Straight, G14 Slim oraz G12 Skinny. Damskie modele, zaprezentowane w kampanii to G11 Wide Leg, G05 Skinny, G06 Mom, G09 Bootcut i G08 Mid-Rise Straight. Kolekcja GUESS JEANS łączy funkcjonalność z klasycznym stylem, a centralnym elementem pozostaje denim GUESS AIRWASH™.

GUESS JEANS pozostaje liderem innowacji, angażując do współpracy przyszłych liderów świata mody, sztuki, muzyki i kultury i czerpiąc z wszechstronnych talentów wschodzących gwiazd, które z dumą dołączają do uniwersum GUESS JEANS.

Rafael Pavarotti odpowiadał również za zdjęcia do inauguracyjnej kampanii GUESS JEANS, zaprezentowanej po pełnym sukcesie pierwszym roku działalności marki, której inicjatorem jest Nicolai Marciano, Chief New Business Development Officer GUESS JEANS. Twarzami tej kampanii zostali brytyjska aktorka i modelka Iris Law oraz piłkarz Liverpool FC i reprezentant Anglii, Trent Alexander-Arnold.

Od swojej premiery w 2024 roku GUESS JEANS zdołała poszerzyć swoją globalną obecność, otwierając pierwsze flagowe sklepy w Amsterdamie i Berlinie, a także kolejne punkty w Orto al Serio, Atenach i Kosowie. Dodatkowo marka zaprezentowała instalacje pop-up w Paryżu, Barcelonie, Mediolanie, Stambule i Warszawie. Po raz trzeci GUESS JEANS zagościła również na festiwalu Coachella '24, współpracując z wieloma znanymi osobistościami.

Nicolai Marciano zapowiada dalszy rozwój marki w 2025 roku, obejmujący otwarcia sklepów w Tokio, Los Angeles, Polsce i Dubaju.

GUESS JEANS nieustannie wzbogaca swoją globalną listę talentów, zapraszając do współpracy takie osobowości jak Beabadoobee, Kai-Isaiah Jamal i Gene Gallagher. Razem z Iris Law, gwiazdą poprzedniej kampanii, tworzą oni nową generację ambasadorów i rozpoczynają swoją przygodę z denimowym światem GUESS JEANS.

Zdjęcia z kampanii: [pobierz](#)

Zdjęcia packshotowe: [pobierz](#)

O GUESS JEANS

GUESS JEANS to amerykańska marka lifestyle'owa z Zachodniego Wybrzeża, która czerpie z 40-letniej tradycji w produkcji jeansów. Stworzona przez Nicolai Marciano, GUESS JEANS wprowadza nową erę mody jeansowej, łącząc zaawansowaną technologię z odpowiedzialnością za środowisko. Marka oferuje pełną linię podstawowych produktów, koncentrując się na jeansach, które oddają ponadczasową esencję GUESS, łącząc bogate dziedzictwo marki z nowoczesnym spojrzeniem na modę. Od 3 czerwca 2024 roku, GUESS JEANS jest dostępne na stronie GUESSJEANS.com, w nowej sieci sklepów GUESS JEANS na całym świecie oraz u wybranych partnerów hurtowych. Dołącz do społeczności GUESS JEANS: @GUESSJEANS #GUESSJEANS

Identyfikacja wizualna

Marka GUESS JEANS obrała dynamiczną strategię marketingową, skierowaną do młodszych pokoleń, mającą na celu poszerzenie swojej obecności w świecie mody. Ta ewolucja podkreśla zdolność GUESS JEANS do dostosowywania się do zmieniającego się krajobrazu branży. Nowa kampania ma na celu przedstawienie marki w kultowej odsłonie. Ambicja GUESS JEANS sięga nowych wyżyn, co widać w globalnej ekspansji monobrandowych sklepów, które wprowadzają innowacyjny koncept inspirowany kalifornijskim dziedzictwem marki. Ten nowoczesny model sklepu jest także obecny w konceptach shop-in-shop, które odwzorowują nowatorskie doświadczenie zakupowe.

O Guess? Inc.

Guess?, Inc. projektuje, sprzedaje, dystrybuje i udziela licencji na kolekcje lifestyle'owe, obejmujące odzież, jeansy, torby, zegarki, okulary, obuwie i inne produkty konsumpcyjne. Produkty Guess? są dostępne w dedykowanych sklepach Guess? oraz w dobrych domach towarowych i sklepach specjalistycznych na całym świecie. Na dzień 28 października 2023 roku firma posiadała 1 015 sklepów detalicznych w Europie, Ameryce i Azji, a jej partnerzy i dystrybutorzy prowadzili dodatkowo 544 sklepy na całym świecie. Guess? działa łącznie w około 100 krajach. Więcej informacji o firmie można znaleźć na stronie www.guess.com.

O Jeanologia

Od 1994 roku Jeanologia działa na rzecz stworzenia etycznego, zrównoważonego i ekologicznego przemysłu tekstylnego. Firma współpracuje z markami, detalistami oraz ich dostawcami, wspierając ich w drodze do transformacji. Jeanologia oferuje przełomowe technologie, innowacyjne oprogramowanie oraz nowy model operacyjny. Ich rozwiązania, takie jak technologie laserowe, G2 ozone, Dancing Box, e-flow i H2Zero, zrewolucjonizowały przemysł tekstylny, oferując nieograniczone możliwości projektowania i wykończenia odzieży. Innowacje te nie tylko obniżają koszty, ale także ograniczają zużycie wody, energii i chemikaliów. Jeanologia zachęca wszystkich interesariuszy przemysłu tekstylnego do wspierania ich Misji Zero: wysuszenia i detoksykacji przemysłu jeansowego. Więcej na stronie: jeanologia.com