

# GUESS JEANS®

## GUESS JEANS PREZENTUJE PRZYSZŁOŚĆ DENIMU NA PITTI UOMO 107

GUESS JEANS powraca na targi Pitti Uomo, już po raz trzeci przejmując tętniącą historią Florencję. Od serca wydarzenia w Fortezza da Basso po witryny sklepu Rinascente, GUESS JEANS prezentuje nowy rozdział denimu – zarówno wewnątrz, jak i na zewnątrz.

Od czasu wprowadzenia na rynek pierwszych jeansów stonewashed w 1981 roku, GUESS JEANS pozostaje liderem w tworzeniu kultowych klasyków denimu. Marka, której twórcą jest Nicolai Marciano – obecnie Chief New Business Development Officer GUESS JEANS – wyznacza nowe standardy w modzie jeansowej, wykorzystując odpowiedzialne procesy produkcji, oparte na innowacyjnej technologii GUESS AIRWASH™, opracowanej we współpracy z firmą Jeanologia. Po raz pierwszy metoda ta została zaprezentowana w styczniu ubiegłego roku podczas Pitti Uomo 105. GUESS AIRWASH™ zastępuje tradycyjnie stosowany pumeks powietrzem i wodą, umożliwiając ekologiczną produkcję denimu, bez rezygnacji z charakterystycznego vintage'owego wykończenia GUESS JEANS.

W 2025 roku GUESS JEANS zaprosi uczestników prestiżowego wydarzenia modowego oraz przechodniów do zapoznania się z procesem GUESS AIRWASH™ za pośrednictwem instalacji w witrynach sklepu Rinascente we Florencji, na eleganckim Piazza della Repubblica (wystawa odbędzie się w dniach 14 stycznia – 3 lutego). Latem ubiegłego roku technologia ta została zaprezentowana w Rinascente w Mediolanie. GUESS JEANS kontynuuje swoją strategiczną ekspansję, otwierając tymczasowy sklep w Rinascente, po sukcesach związanych z inauguracją pierwszych flagowych sklepów w Amsterdamie i Berlinie. Marka pragnie przybliżyć europejskim klientom klimat kalifornijskich krajobrazów oraz amerykańską estetykę Dzikiego Zachodu, które 40 lat temu zainspirowały braci Marciano. Florencja jest dla rodziny GUESS miejscem o szczególnym znaczeniu – w 1994 roku otwarto tam pierwszy europejski sklep marki, zaledwie rok po założeniu GUESS Europe.

Działania GUESS JEANS w Florencji obejmą również showroom w Fortezza da Basso (14–17 stycznia) oraz imprezę w Stazione Leopolda, podczas której wystąpią DJ Hiver, DJ Tennis i Francesco Del Garda (15 stycznia). Zrównoważony futurizm marki GUESS JEANS ewoluuje wraz z jej globalną społecznością, która ceni estetykę produktów tak samo, jak wartości stojące za ich produkcją.

W pierwszym roku od swojej premiery, za którą odpowiadał Nicolai Marciano, marka zaprezentowała inauguracyjną kampanię reklamową, autorstwa Rafaela Pavarottiego, w której wystąpiła brytyjska aktorka i modelka Iris Law u boku piłkarza Liverpool FC i reprezentacji Anglii - Trenta Alexandra Arnolda.

W 2024 roku marka dynamicznie rozwijała swoją globalną obecność, otwierając pierwsze flagowe sklepy w Amsterdamie i Berlinie oraz kolejne lokalizacje w Orio al Serio, Atenach i Kosowie. GUESS JEANS organizował także pop-upy w Paryżu, Barcelonie, Mediolanie, Stambule i Warszawie, a także po raz trzeci pojawił się na festiwalu Coachella.

W 2025 roku Nicolai Marciano planuje dalszy rozwój marki. Otwarcie nowych flagowych sklepów planowane jest w Tokio oraz jego rodzinnym Los Angeles. Kolejne kroki to powrót na Coachellę oraz otwarcia w Polsce i Dubaju.

**Zdjęcia:** [pobierz](#)

---

### Informacje dla prasy

- GUESS JEANS – showroom w Fortezza da Basso (14–17 stycznia)
- Impreza GUESS JEANS i instalacja „From Stone to Air” w Stazione Leopolda (15 stycznia)
- Witryny GUESS AIRWASH™ w Rinascente, Piazza della Repubblica, Florencja (14 stycznia – 3 lutego)

### 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 odświeżeniu. 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](http://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](http://jeanologia.com)