



Białystok, 28 maja , 2018

INFORMACJA PRASOWA

Redakcje: [wszystkie/ lokalne/](#)

można publikować bez podawania źródła

Axami – marka znana pod każdą szerokością geograficzną

Któż nie zna sceny, w której Bridget Jones trafia do tajskiego więzienia i wszystkie zamknięte w nim kobiety, niezależnie od przewinień, koloru skóry, tuszy i wieku, łączy zachwyt nad świetnie uszytym stanikiem? Piękna bielizna to rzecz pożądana pod każdą szerokością geograficzną. Dlatego w sesjach fotograficznych marki Axami biorą udział modelki z Azji, Afryki i Europy.

W 2015 roku internetowa apteka Online Doctor przeprowadziła głośny eksperyment. Przesłała zdjęcie młodej Europejki do wybranych agencji graficznych z 18 krajów, na różnych kontynentach, z prośbą o „podrasowanie” go w taki sposób, by wizerunek odpowiadał ideałowi kobiecego piękna w danej kulturze.

Na niewielu odesłanych zdjęciach dziewczyna była podobna do siebie. Na kilku zmieniono jej też odcień skóry i... bieliznę. Z jednej strony zabieg ten pokazał, że Photoshop może wszystko, a z drugiej udowodnił, że nie istnieje jeden kanon kobiecego piękna. Świat, mimo iż stał się „globalną wioską”, jest ciągle niejednorodny i kolorowy.

Takie przeświadczenie od przeszło 20 lat przyświeca właścicielkom marki Axami. To stabilna i stale rozwijająca się firma w branży bieliźniarskiej. Jej niewątpliwym atutem jest wieloletnie doświadczenie na rynku. Marka zawsze dopasowuje się do indywidualnych potrzeb klientek i tworzy w oparciu o ich opinie i gusta. Produkty Axami dostępne są już niemal na całym świecie, a lista krajów, w których jest zapotrzebowanie na tę ekskluzywną bieliznę, stale się wydłuża.

- Od początku mierzyliśmy bardzo wysoko i naszym priorytetem było podbicie rynków zagranicznych. Udało się, ale przez cały czas staramy się docierać do nowych klientek na wszystkich kontynentach. Szyjemy bieliznę dedykowaną kobietom różnych nacji, o



odmiennych typach urody – mówi Edyta Skutnicka, właścicielka Axami i projektantka ekskluzywnej bielizny.

Wieloletnie doświadczenie pozwoliło marce poznać i zrozumieć pewne schematy kierujące upodobaniami pań na różnych kontynentach.

- Azjatki zamawiają małe rozmiary, ale wybierają projekty, w których dominują żywe i zdecydowane kolory. Z myślą o potrzebach mieszkanki Ameryki, Axami szyje modele w dużych rozmiarach i o odważnym wzornictwie. W Afryce i Ameryce Południowej, gdzie dominują kobiety o ciemnej karnacji, piękno jest równoznaczne z feerią żywych barw. Natomiast na Bliskim Wschodzie królują złocenia i przepych – mówi Edyta Skutnicka.

