

Warszawa, xx maj 2022 r.

Materiał prasowy:

**Festiwalowa kolekcja marki answear.LAB „Be Brave”**

**„Bądź na tyle odważna, aby używać swojego głosu, nie bądź echem czyjejś opinii”– przekonuje marka answear.LAB w nowej kampanii towarzyszącej kolekcji „Be Brave”. Inaugurująca festiwalowy sezon kapsuła jest inspirowana silnymi i odważnymi kobietami znanymi ze świata popkultury i sztuki.**

Odwaga to nie brak strachu, ale umiejętność spojrzenia mu prosto w oczy i powiedzenia: “Hej odsuń się, jesteś na mojej drodze”. To właśnie śmiałość i zdecydowanie napędzają do działania, pozwalają zwalczyć napotkane przeciwności, wyjść ze swojej strefy komfortu i poradzić sobie z wyzwaniami. Przypomina o tym marka answear.LAB, przy okazji kolekcji „Be Brave, nawiązującej do buntu, wyzwolenia, rockowego artyzmu oraz motywów ze świata sztuki, którym towarzyszyły przełomowe dla kobiet momenty w historii

W nowej kapsule znajdziemy stylizacje zaczerpnięte z filmu “Thelma i Louise”, w którym główne bohaterki nie bały się podjąć ryzyka, by wreszcie poczuć niczym nieskrępowaną wolność. Kolorowe etniczne nadruki i hafty zostały zainspirowane malarstwem Fridy Kahlo – niepokornej meksykańskiej artystki łamiącej tematy tabu. Jej przesiąknięta do głębi feminizmem sztuka to symbol emancypacji oraz sprzeciwu wobec przyjętych reguł dominującej ideologii.

Na potrzeby kolekcji specjalną grafikę, emanującą kobiecą mocą, stworzyła ilustratorka i designerka Katarzyna Bogucka “Nioska”. Wreszcie, zmysłowe, śmiałe fasony swoim charakterem nawiązują do postulatów rewolucji seksualnej, która wstrząsnęła Zachodnią Europą i Ameryką na przełomie lat 60. i 70. XX w. Ruch kwestionował tradycyjne normy społeczno-obyczajowe, rozpoczynając ważną dyskusję na temat emancypacji i praw kobiet. Hasło “Be Brave” nie jest pustym sloganem, lecz okazją do snucia niekończącej się opowieści o odwadze i byciu sobą, o walce z własnymi słabościami i dumnym, pewnym siebie kroczeniu przez życie ku spotkaniu ze spełnionymi marzeniami i wolnością.

*“Najnowsza propozycja answear.LAB to pochwała odwagi, śmiałości i pewności siebie, bez których ciężko funkcjonować współczesnym kobietom. Świat, w którym żyjemy, jest chaotyczny. Nie ma cukrowej powłoki - jest nieskończony hałas i niezliczone elementy rozpraszające. W takim świecie, jeśli chcemy, aby głos kobiet został usłyszany, musimy być odważne: w działaniach, gestach, słowach.”* *–* mówi Agnieszka Korsak, dyrektorka marki answear.LAB. *“Chcemy zachęcić kobiety do tego, aby nie dostosowywały się do innych, nie wpisywały w utarte wzorce, lecz zawsze mówiły własnym zdaniem. By były nieustraszenie autentyczne i odważnie się wyróżniały. By to właśnie świat do nich się dostosowywał, nie na odwrót” – dodaje.*

**Kobiece głosy mają moc**

Sezon festiwalowy właśnie się rozpoczyna! Kolekcja „Be Brave” towarzyszy wydarzeniu, podczas którego kobiece głosy zabrzmią za zdwojoną siłą. W tym roku [Answear.com,](https://answear.com/) do którego należy marka answear.LAB, po raz kolejny jest patronem festiwalu Women’s Voices, inspirując kobiety do życia na własnych zasadach. Koncerty najlepszych polskich artystek odbędą się 17 oraz 18 czerwca w ramach wydarzenia „Co jest Grane Festival. Women’s Voices Edition Inspired by Answear.com” w warszawskich Łazienkach. Na scenie wystąpią między innymi: Natalia Przybysz, Daria Zawiałow, Monika Brodka i Maria Peszek.

Kolekcja „Be Brave” dostępna jest w sprzedaży od 26 maja w sklepie internetowym Answear.com: <https://answear.com/s/be-brave>

\*\*\*

Answear.com to pierwszy polski internetowy sklep multibrandowy oferujący szeroki wybór ubrań, butów i dodatków ponad 400 światowych marek. W ofercie można znaleźć wyselekcjonowane kolekcje damskie, męskie i dziecięce m.in. marek premium, sportowych czy denimowych. Aktualnie Answear.com działa na 11 rynkach, a w planach ma start w kolejnych. Od początku swojej działalności w 2011 r. zdobył ponad 50 nagród i wyróżnień, zyskał także uznanie tysięcy klientów, którym dostarcza nieustannych modowych inspiracji, współpracując z trendsetterami i ekspertami z branży mody. Marka opiera się na własnym centrum logistycznym, które pozwala na zoptymalizowanie kosztów i usprawnienie logistyki, co finalnie wpływa na doskonałą cenę i atrakcyjne promocje. Wszystkie produkty wchodzące w skład zamówienia są wysyłane w jednej paczce – w trosce o środowisko i dla wygody klientów. W swej działalności Answear stawia na szybką dostawę (nawet tego samego dnia w wybranych miastach Polski) i jakość obsługi. Swoim stałym klientom dedykuje program lojalnościowy Answear Club, który pozwala na robienie zakupów w jeszcze atrakcyjniejszych cenach