

answear.

TANIEC RELACJI I PODWÓJNE ZNACZENIA: ANSWEAR.COM PREZENTUJE NOWĄ ODSŁONĘ KAMPANII "UBIERZ ŻYCIE W TO, CO CENNE" NA SEZON AW25.

Warszawa, 22 września 2025

Answer.com kontynuuje swoją wielowymiarową opowieść o modzie w najnowszej kampanii na sezon jesień-zima 2025 "Ubiierz życie w to, co cenne". Dwa poetyckie spoty reklamowe, w których główną rolę odgrywają taniec i gra słów, eksplorują dwoistość znaczeń ubrań oraz różnorodność relacji międzyludzkich - od intymności hotelowego pokoju po swobodę w miejskiej przestrzeni.

UBRANIA JAKO BOHATEROWIE RELACJI

Kampania AW25 przedstawia ubrania w zupełnie nowym świetle - nie tylko jako przedmioty użytkowe, ale jako katalizatory emocji i relacji. W pierwszym spocie, rozgrywającym się w hotelu, biała koszula Paul Smith i sukienka z koronką Twinset stają się protagonistami tanecznej historii o bliskości. Hasło "Nie potrzebujesz jej, by się ubrać. Potrzebujesz jej, by dać się rozebrać" wprowadza prowokacyjną grę słów o podwójnych znaczeniach garderoby.

Drugi spot przenosi widzów do parku, gdzie wełniany płaszcz Patrizia Pepe wpisuje się w dynamiczną choreografię dwójki tancerzy, mimowolnie stając się trzecim bohaterem fabuły. "Nie potrzebujesz go, żeby było ci ciepło. Potrzebujesz go, żeby poczuć ciepło" - to hasło podkreśla, jak ubrania wykraczają poza swoją podstawową funkcję, stając się nośnikami emocji i wspomnień.

"W tej kampanii mówimy o tym, że jeden przedmiot może mieć wiele znaczeń - w zależności od tego, kto go nosi i w jakich okolicznościach. Tak jak relacje między ludźmi mają różne odcienie i barwy, tak samo nasze ubrania zyskują nowe wymiary w zależności od kontekstu," mówi Marta Sawicka, Dyrektor Marketingu Wizerunkowego Answer.com. *"Idea 'Ubiierz życie w to, co cenne' realizuje się tutaj na wielu poziomach - od różnorodności relacji, przez wieloznaczność samych ubrań, aż po zabawę słowem w naszych hasłach."*

MIĘDZYKRAJOWY ZESPÓŁ TWÓRCZY

Za reżyserię spotów odpowiada Adi Halfin, a choreografię stworzyła Emilie Leriche. W kampanii wystąpili Mathilde Lin - znana z głównej roli w teledysku Harry'ego Stylesa "As it was" - oraz David Lagerqvist w spocie hotelowym, a także Angele Villanueva Jara, finalistka 10. edycji programu "You Can Dance", i Mermoz Melchior w spocie dziejącym się w parku. Za stylizację odpowiadał Łukasz Witek z zespołu Answer.com, koncepcją kreatywną zajęła się agencja Saatchi&Saatchi, media zaplanował dom mediowy Starcom, a produkcję zrealizował dom produkcyjny Shootme.

answear.

Kampania "Ubierz życie w to, co cenne" AW25 potwierdza pozycję Answear.com jako platformy, która wykracza poza tradycyjny e-commerce, tworząc narrację o modzie jako języku emocji i relacji międzyludzkich.

Komunikacja kampanii rozpocznie się 22 września 2025 na wszystkich 12 rynkach europejskich na których działa marka.