

Komunikat prasowy

Polkowice, 2 września 2009 r.



## **ANJA RUBIK SPECJALNIE DLA QUAZI NOWA TWARZ MARKI ORAZ MOCNY MODOWY AKCENT JESIENNEJ KOLEKCJI**

Sieć QUAZI, zarządzana przez NG2 SA, największego dystrybutora i wiodącego producenta obuwia w Polsce, odsłania jesienią nową twarz oraz promuje unikalną kolekcję. Od września twarzą marki będzie światowa supermodelka Anja Rubik, która specjalnie dla QUAZI zaprojektowała bardzo kobiecą kolekcję torebek i butów.

Kolekcja została przygotowana dla kobiety, która lubi bawić się modą, potrafi odważnie

komponować swój strój, jest seksowna i szykowna, a przede wszystkim czuje się dobrze w tym, co na siebie zakłada.

Anja w swych projektach dokonała mocnego zestawienia postpunk'u i elegancji – w efekcie otrzymaliśmy unikalną kolekcję w stylu *aristocratic chic*, w której dominuje czerń oraz mocne, graficzne elementy geometryczne - przeszycia, aplikacje, zamki. Unikatowa kolekcja ma także dość odważnie zestawione materiały - miękka licowana skóra połączona jest z mięsistym zamszem, a małe torebki kopertówki wykończone są srebrnymi trójkątami.

Cała kolekcja zaprojektowana została w kilku kolorach: fiolecie, czerni, szarości, z małym dodatkiem brązu. Uzupełnieniem są gęste złote lub srebrne dodatki. W modelach butów typu botki dominują koturny, zaś w kozakach płaskie obcasy, co sprawia, że kolekcja jest nie tylko piękna, ale także wygodna dla kobiet ceniących na co dzień swobodę w wyrażaniu siebie.



*„Głównym celem, który mi przyświecał w pracach nad tym projektem było stworzenie kolekcji butów i torebek, które sama chętnie bym kupiła i nosiła” – powiedziała Anja Rubik.*

Specjalna, limitowana kolekcja dla QUAZI jest pierwszą kolekcją przygotowaną i sygnowaną przez Anję Rubik – polską modelkę światowej sławy, umieszczoną przez magazyn *Vogue* na 4 miejscu wśród 10 najlepszych modelek świata. Brała ona udział w kampaniach reklamowych dla takich światowych marek jak m.in. *Chloe*, *Dior*, *Emporio Armani*, *Valentino* czy *Dolce&Gabbana*. Tej jesieni, oprócz reklam QUAZI, możemy zobaczyć ją także w reklamach domu mody Gucci.

Anja Rubik osobiście zaangażowała się także w prace nad współtworzeniem kampanii reklamowej kolekcji. W celu wykonania jak najlepszego materiału fotograficznego zaangażowano do prac kreatywnych sprawdzony zespół z fotografem Arturem Wesołowskim, stylistą Markiem Adamskim, pracujących pod kierunkiem Dyrektora Artystycznego NG2 Anny Witkowskiej i Dyrektora Marketingu NG2 Krzysztofa Śliwińskiego.

*„Długo zastanawialiśmy się, której polskiej modelce powierzyć markę QUAZI. Nasz wybór padł na piękną, dynamiczną i odnoszącą na świecie sukcesy Anję Rubik. Jest ona uosobieniem tych cech, które widzimy w klientkach QUAZI” – powiedział Krzysztof Śliwiński, Dyrektor Marketingu NG2.*

*„W I półroczu 2009 roku zmieniliśmy koncepcję marki QUAZI, dlatego też poszukiwaliśmy osoby, która najlepiej przedstawiłaby nową odsłonę tej marki. Mamy nadzieję, że zmiana formatu QUAZI, a przede wszystkim nowa kampania reklamowa z Anją Rubik istotnie wzmocnią markę oraz zdynamizują sprzedaż tej najmłodszej sieci zarządzanej przez NG2” - powiedział Dariusz Miłek, Prezes Zarządu NG2.*

Kolekcja jest wsparta kampanią reklamową, która prowadzona jest we wrześniowych i październikowych pismach takich jak: Twój Styl, Wysokie Obcasy, Viva, Gala, Pani, Cosmopolitan, Avanti oraz Party, Show i Joy.

#### **Dodatkowych informacji udziela:**

##### **Iwona Sacewicz**

M+G

Tel. (22) 625 71 14, 0501 183 386

e-mail: iwona.sacewicz@mplusg.com.pl

\* \* \*

*Grupa NG2 jest zdecydowanym liderem polskiego rynku sprzedaży detalicznej obuwia i jednym z największych jego producentów w Polsce. W skład Grupy Kapitałowej NG2 wchodzi NG2 S.A. – spółka zarządzająca siecią sprzedaży oraz CCC Factory Sp. z o.o., zajmująca się produkcją obuwia. Sprzedaż kolekcji prowadzona jest łącznie w 649 placówkach pod markami CCC, QUAZI oraz BOTI. Dostawcy obuwia dla Spółki to zarówno producenci zagraniczni (przede wszystkim szyjący na zlecenie NG2*

*producenci chińscy, jak również producenci włoscy), krajowi, jak też własne zaplecze produkcyjne. Udział Grupy NG2 w bardzo rozdrobnionym rynku producentów obuwia jest szacowany na ponad 10%.*