Anunciantes, Destaques

Bianca Andrade e Xamã imprimem suas trajetórias em nova coleção de óculos Chilli Beans

Postagem: 29/08/2023

A Chilli Beans anuncia hoje, dia 29, a coleção Bianca Andrade + Xamã, que reúne o universo do rapper carioca e da empresária e influenciadora digital, mais conhecida como Boca Rosa. A proposta da campanha foi unir personagens de ambientes completamente distintos que transcendem fronteiras, gêneros e estilos, assim como a marca, que utilizou dois de seus principais pilares – música e moda – para desenvolver a linha.

A coleção, que é dividida em uma linha para cada artista, apresenta modelos de óculos com design diferenciado e detalhes inspirados na trajetória pessoal e profissional de ambos. Entre os destaques estão os óculos com piercing na lente, presentes tanto na linha da Bianca quanto na do Xamã. No caso de Bianca, as peças têm estilo descolado e fashion, assim como a influenciadora. "Eu adoro me expressar através da moda. Consigo ser criativa e explorar todos os meus moods, sempre pensando em cada Bianca presente em mim — a mãe, a empresária, a influencer, a fashionista… Inclusive, cada uma dessas skins está representada na coleção. Os óculos sempre foram um dos meus acessórios favoritos! Como tudo que faço, a coleção tem muita da minha história. Além disso, vai ser uma das coleções com mais referências de moda que a marca já teve. Estou muito feliz em ter minha própria coleção com a Chilli Beans, que é uma marca que eu admiro tanto!", comenta.

Já a linha do Xamã, desenvolvida com o intermédio da Mynd Brands, divisão da Mynd, maior agência de marketing de influência e entretenimento do país, é inspirada na conexão do cantor com as suas origens e a sua própria história, além do seu estilo marcado por simbologias místicas, como a astrologia e os números da sorte. "Quando decidimos criar essa coleção, a ideia era ir além de um produto comercial, mas realmente desenvolver algo que tivesse a minha identidade. Por isso, o ponto de partida foi trabalhar as diferentes eras da minha carreira. Vocês vão encontrar muitas referências da minha vida e da minha trajetória nos produtos. Tem meu número da sorte, tem meu signo. Tem tudo que eu acredito nas peças. E também tem tudo a ver com a relação que fui criando ao longo do tempo com a Chilli Beans e com o Caito, que vai além da marca. Nós nos conhecemos pessoalmente, dividimos ideais e a partir disso a gente criou essa conexão. Foi muito da hora criar essa coleção!", conta o rapper.

A coleção Bianca Andrade + Xamã apresenta ao todo 27 modelos, entre óculos de sol, armações de grau, multi – que vêm com uma lente escura que pode ser acoplada aos óculos de grau, trazendo praticidade – e 6 tipos de relógios. A faixa de preço é a partir de R$ 259,00 e estará disponível no site, lojas físicas e quiosques de todo o território nacional a partir de 29 de agosto. "Esse lançamento é mais uma prova da nossa paixão por criar produtos que vão além de sua função básica, pois contam histórias reais e expressam muita personalidade e estilo. Estamos muito felizes em trazer as inspirações do universo particular desses ícones para nossos óculos", acrescenta Caito Maia, fundador da Chilli Beans.

Leia mais notícias:

https://marcaspelomundo.com.br/anunciantes/nba-e-chilli-beans-lancam-colecao-tematica-de-basquete-no-brasil/

https://marcaspelomundo.com.br/

Criado por: Redação

ANTERIOR
Warner Bros. Games recria comercial de televisão dos an...

PRÓXIMO
Cerveja Black Princess no Festival de Inverno de Campos...

Publicidade

Publicidade

Search...

POSTS RECENTES

Nomad apresenta o Dólar Nomad, que oferece a melhor cotação do mercado

Herbert Gris é o mais novo sócio da agência SOLVE MKT

Zé Delivery diverte torcedores do Corinthians enquanto procura sósias do seu famoso logo

Óticas Carol cria ação "Natal na Carol" com sorteio de 24 carros

QuintoAndar lança programa para desenvolver a linguagem creator dos corretores

COMENTÁRIOS

Mastercard doará 18 milhões de refeições para impactados pela Covid-19
em Alcione e Criolo se unem e cantam clássicos do samba em iniciativa da Mastercard

Magazine Luiza anuncia compra da Kabum! por R$ 1 bilhão mais ações
em Magalu cria hit com Lu e Anitta para marcar chegada ao Rio de Janeiro

DRUID anuncia conquista da frente de comunicação da Submarino
em DRUID anuncia novas contratações

Guaraná Antarctica chega à marca de 1 milhão de seguidores no TikTok
em Naturalize seu estilo de vida é o convite da nova campanha do Guaraná Antarctica Natu

Praya e ONG One Tree Planted lançam clube de assinatura
em Praya: cerveja artesanal carioca quer conquistar o Brasil

CATEGORIAS

Agências
Anunciantes
Cannes
CES
Coberturas especiais
Destaques
Destaques em Vídeo
El Ojo
ESG
Inovação e Tecnologia
Lifestyle
Mercado
OOH
Opinião
Produtoras
Raio X do RP
Salão de Milão
Uncategorized
Veículos
Vídeos

Lenovo e Instituto Ayrton Senna apresentam web série apresentada por Felipe Castanhari

A Lenovo, com o apoio do Instituto Ayrton Senna, promove debates importantes sobre a educação no Brasil em sua nova web série "O Futuro da

Heinz lança novos molhos em vidro e propõe experiência sofisticada

A Heinz está ampliando seu portfólio e propondo novas experiências de sabor com uma linha de produtos ainda mais premium: molhos de tomate em vidros.

Next comunica nova estrutura organizacional e movimentações em seu time

A Next apresenta mudanças em sua estrutura organizacional, marcando um momento significativo em sua jornada, ao completar quatro anos. As transformações na liderança refletem o compromisso

Cacau Show reforça atributos de marca com nova campanha de Páscoa

A nova campanha da Páscoa da Cacau Show, ao invés de lojas e celebridades, aposta numa proximidade maior com os brasileiros, trazendo a marca como

Claudia Leitte e Ivete Sangalo trocam trio por carro elétrico no Carnaval

O tradicional trio elétrico será substituído pelo carro elétrico no Carnaval de 2021: no sábado (13), Claudia Leitte e Ivete Sangalo farão um show juntas,

OMO Lavanderia lança serviço de limpeza de itens de casa com secagem completa e imediata

Sempre atenta aos novos hábitos dos consumidores que buscam cada vez mais soluções práticas e eficientes no seu dia a dia, OMO Lavanderia inova mais

Sobre Nós

Idealizado pela jornalista Elisangela Peres, o Marcas Pelo Mundo é um projeto que aborda de forma leve os acontecimentos mais relevantes da comunicação, marketing e propaganda, além de mostrar histórias de pessoas e profissionais que fazem a diferença e deixam um legado ao planeta.

Marcas, no sentido amplo da palavra!

Contato e sugestões de pauta:

Elisangela Peres

elisangela@marcaspelomundo.com.br

Cel. (11) 98187-2286

Desenvolvimento e Gestão - ecommerceCAMP

© Copyright 2020/2024 – Marcas pelo Mundo