



Aranyba foglaltan tér vissza SpongyaBob, újabban a divat világába. A londoni divathéten mutatta be közkedvelt tengeri szivacsának legújabb, arany kollekcióját a Nickelodeon. Az innovatív együttműködés hat nemzetközi formatervező, Peter Jensen, Bobby Abley, Salar, Maria Francesca Pepe, Suecomma Bonnie és Bad Denim segítségével valósult meg. Az exkluzív divatkollekcióban férfi és női ruházat, lábbelik, ékszerek, illetve egyedi kiegészítők is megtalálhatók.

SpongyaBob Kockanadrág 1999-ben indult az Egyesült Államokban, mára már 125 milliós online követőtáborral rendelkezik és több mint 180 országban vált kicsik és nagyok kedvencévé, kalandjai a hazai Nickelodeonon is naponta láthatóak. A gyógyíthatatlanul optimista kis szivacs inspirálta SpongyaBob Gold kollekció a karakter klasszikus jegyeit hordozza, egy kis aranyozással fűszerezve. A 27 exkluzív termék formatervezői között a divatvilág legnagyobb nevei is szerepelnek – a Peter Jensen tervezte unisex pulóverek, Bobby Abley pólói, Bad Denim vintage hímzett darabjai, Suecomma Bonnie egyedi mintás cipőit, Salar lenyűgöző kiegészítőit és Maria Francesca Pepe bájos ékszerei nem hiányozhatnak egy fanatikus SpongyaBob rajongó szekrényéből sem.

Az új formatervezői együttműködés a Nickelodeon éves SpongyaBob Kockanadrág Gold nemzetközi kampányának részeként debütált. A gyerekcsatorna 12 hónapon keresztül ünnepli majd az ikonikus tengeri élőlény egyedülálló humorát, derűlátó jellemét, és örök arany szívét. *„SpongyaBob egy igazi dizájn ikon. A formatervezőink a rajzfilm szerethető karaktereit úgy építették bele a saját stílusukba, hogy közben megtartották a tipikus védjegyeiket is. A tengeri szivacs és az arany világának összetársításával, csodálatos, eddig még soha nem látott termékek jöttek létre”*

– mondta Charlotte Castillo, a brand management osztály alelnöke.

**A SpongyaBob Gold kollekció darabjai kiskereskedelemben 2017 májusától lesznek megvásárolhatók!**

**SpongyaBob a Nickelodeonon minden nap 6.50-kor, 14.30-tól és 20.50-től dupla részekkel.**