

Lindex feirer kvinners vennskap i vårens undertøyskampanje

Denne våren inviterer Lindex enda en gang sine kunder og ansatte til å være modell i den store undertøyskampanjen, Bra-volution, som nå fokuserer på vennskap mellom kvinner. Kampanjen presenterer seks kvinner som sammen med en nær venn viser frem vårens kolleksjon.



Deltagere som tidligere har deltatt i Bra-volution fikk tilbud om å søke igjen, og de seks finalistene fikk ta med seg en som står dem nær for å være modeller sammen for en dag. Vårens kampanje feirer og hyller deres spesielle relasjoner.

"Moren min er fantastisk. Hun har vært gjennom mye, men holder fortsatt hodet høyt. Jeg er så stolt over å være datteren hennes. Jeg ville gi henne denne muligheten for å vise henne hvor høyt jeg setter henne, og jeg vil at hun skal føle seg vakker, for det er hun virkelig", sier Rikke Kalsveen fra Norge.

Bra-volution er et passformkonsept som er blitt verdsatt ettersom det er så tydelig og dermed gjør det lettere for kundene å finne sin favorittpassform. Interessen for å delta i årets kampanje var stor, og modellene kommer fra Norge, Sverige, Finland og Latvia. Fra Norge møter vi Rikke Kalsveen og moren Jorunn Pettersen, Rati Goel og kollega Cecilia Andersson.

"Jeg blir inspirert av sterke og selvsikre kvinner som ikke er redde for å følge sine drømmer. Cecilia er en som virkelig lever etter dette.", sier Rati Goel fra Norge.

Vårens undertøyskolleksjon går i myke pasteller med innslag av gråmelert, en romantisk og feminin kolleksjon i nydelige kvaliteter.

Bra-volution lanseres 9. februar i alle Lindex-butikker og på lindex.com.

Besøk vårt pressearkiv for høyopløste bilder [her](#).

For mer informasjon, kontakt:

Hanne Wergeland
Press Contact, Lindex Norge
Tel: 47 41407612
E-mail: hanne.wergeland@lindex.com

Lindex er en av Europas ledende motekjeder, med rundt 480 butikker i 17 land. Lindex sitt forretningskonsept er å tilby inspirerende og prisgunstig mote til den moteinteresserte kvinnen. Sortimentet inneholder flere ulike konsepter innen damemote, barnemote, undertøy og kosmetikk. Mer enn halvparten av Lindex sitt totale sortimentet kommer fra mer bærekraftige kilder, og Lindex har forpliktet seg til å nå 80 % innen 2020. "We Make Fashion Feel Good" er Lindex sitt kommunikasjonskonsept, som tydelig formidler hva Lindex gjør og står for. Lindex er en del av den finsklistede Stockmann-gruppen. Mer informasjon på <http://www.lindex.com/no/>