

Warszawa, 26.10.2022r.

## Cindy Crawford gwiazdą listopadowego wydania „Vogue Polska”

**Ma 56 lat, a od 36 jest na topie. Słynie z dystansu do siebie i poczucia humoru. Cindy Crawford zaliczana do grona pierwszych supermodelek została gwiazdą sesji okładkowej listopadowego wydania „Vogue Polska”. Pozostałych ikon, które są tematem przewodnim numeru, szukamy na wybiegach, w sztuce i muzyce. Nowy numer „Vogue Polska” w sprzedaży już od czwartku, 27 października.**

Ikona, legenda i amerykańskie dobro narodowe – to tylko niektóre określenia, które pojawiają się w mediach obok nazwiska Crawford. Swoją przygodę z modelingiem zaczynała od reklamy bielizny dla domu towarowego Marshall Field z Chicago. Charakterystyczny pieprzyk, bez którego trudno wyobrazić sobie twarz Cindy, z początku był przeszkodą. Aż do pierwszej okładki „Vogue’a” autorstwa Richarda Avedona. Zresztą do tej pory pojawiła się na okładce amerykańskiej edycji w rekordowej liczbie 18 razy.

– *W czasach mediów społecznościowych można zaistnieć bardzo szybko, ale bardzo trudno dłużej utrzymać się na szczycie* – pisze we wstępie Ina Lekiewicz, redaktorka naczelna „Vogue Polska”. W listopadowym numerze przyglądamy się temu, jak rodzą się ikony, takie jak Cindy Crawford, która została gwiazdą sesji okładkowej nowego wydania magazynu. Ale przecież nawet Cindy Crawford „nie budzi się, wyglądając jak Cindy Crawford”. Dlatego Piotr Zachara w tekście towarzyszącym zdjęciom autorstwa Paoli Kudacki sprawdza, czemu supermodelka zawdzięcza spektakularny sukces i dlaczego tak trudno go powtórzyć.

Zwolennicy nazywali go Karlem Lagerfeldem milenialsów, krytycy wytykali mu brak kierunkowej edukacji i innowacji w projektach, ale jak pisze Michalina Murawska, Virgil Abloh nigdy nie chciał być projektantem. Był marzycielem i wizjonerem, który wyłamał się ze sztywnych reguł obowiązujących w segmencie mody luksusowej i zdefiniował ją na nowo. Z kolei Julia Właszczuk przybliży sylwetkę Ani Leon, która reprezentuje nową falę popu: – *W moim domu zazwyczaj słuchano tego, co akurat leciało w radiu – popu, trochę rocka. To ona wprowadziła mnie w świat alternatywnych brzmień i jestem jej za to dozgonnie wdzięczna. Do dziś jest moją wyrocznią w kwestiach muzycznych* – mówi artystka. Kamila Wagner bada, czym jest logo dla marki mody, a w artykule „Szare eminencje show-biznesu i mody” analizujemy, kim są osoby, które pracują na sukces gwiazdy. Jest też Edward Enninful, który w swojej autobiografii tłumaczy, jak wbrew warunkom został naczelnym brytyjskiej edycji Vogue i jednym z najważniejszych ludzi współczesnej mody. Z kolei Katarzyna Tusk, właścicielka MLE Collection debiutuje z nową, cyrkularną marką. La Rondé ma przekonać, że moda z drugiej ręki może być pierwszym wyborem: – *Niedawno przeczytałam w „New York Timesie”, że przez ostatnie 30 lat wyprodukowaliśmy taką liczbę ubrań, że dla każdego starczyłoby ich w nadmiarze na całe życie. Naszym zadaniem jest efekt tej pracy posprzątać. Jestem przekonana, że odzież używana jest przyszłością rynku mody* – mówi w rozmowie z Karą Becker. Nad koncepcją La Rondé pracowała dwa lata. W efekcie powstała marka, której kolekcje składają się z dokładnie wyselekcjonowanych przez grupę profesjonalistek ubrań z drugiej ręki.

W dziale urody sprawdzamy, czym produkt musi zasłużyć sobie na miano „ikony”. Rozmawiamy także z wizażystką Isamają Ffrench i założycielką marki kosmetycznej Tatą Harper oraz nosem Hermès – Christine Nagel. W dziale kultury zwiedzamy retrospektywę fotografa Wolfganga Tillmansa w MoMA w Nowym Jorku, wystawę malarstwa skandynawskiego „Przesilenie” w warszawskim Muzeum

Narodowym oraz wsłuchujemy się w instalację dźwiękową Katarzyny Krakowiak w Jeu de Paume w Paryżu.

Listopadowe wydanie „Vogue Polska” w sprzedaży od czwartku 27 października. Już dziś można je zamówić na [Vogue.pl](http://Vogue.pl) z wygodną dostawą do domu i z jedną z dwóch okładek do wyboru.

**Kontakt dla mediów:**

Wioleta Woroniecka  
Marketing and PR Manager  
[w.woroniecka@vogue.pl](mailto:w.woroniecka@vogue.pl)  
506723479

Szymon Machnikowski  
Dyrektor Marketingu i PR  
[s.machnikowski@vogue.pl](mailto:s.machnikowski@vogue.pl)