



Estreia o primeiro episódio do AEG Fashion Challenge. Nuno Baltazar é o mentor dos duelos de moda sustentável, promovidos pela AEG Portugal

A AEG juntou-se ao criador português Nuno Baltazar para chamar a atenção para a importância de todos adotarmos comportamentos mais sustentáveis. No concurso “AEG FASHION CHALLENGE”, candidatos talentosos foram desafiados a dar nova vida a peças de roupa fora de uso, numa iniciativa criativa de *upcycling*. Esta ação, que estreia nas redes sociais da marca a 4 de setembro, faz parte do compromisso alargado da AEG com a sustentabilidade.

O “AEG FASHION CHALLENGE” desafiou o talento nacional a criar peças de vestuário, a partir de roupa desatualizada ou fora de uso mostrando como a moda circular pode fazer parte de um compromisso com comportamentos mais sustentáveis e responsáveis.

Depois de reunidas as candidaturas (até 10 de julho) a competição entrou numa nova fase. Os seis candidatos selecionados, guiados pela experiência de Nuno Baltazar, foram agrupados em três duelos que poderão, a partir de agora, ser vistos por todos. Com estreia marcada para 4 de setembro, cada um dos episódios vai centrar-se na recriação de uma peça comum de vestuário (um blazer, um vestido e uma camisa) para que todos se inspirem a fazer as suas próprias transformações.

Cada duelo semanal será posto à votação dos seguidores da página de [Instagram da AEG Portugal](#) e os três finalistas apurados irão confrontar-se na grande final, no dia 25 de setembro. Um júri constituído por Nuno Baltazar e representantes da AEG e da Luvin irá consagrar o grande vencedor.

O vencedor da grande final do “AEG Fashion Challenge” poderá renovar a sua lavandaria com um conjunto de produtos AEG de tratamento da roupa no valor de até 2000 euros. Terá ainda oportunidade (convite duplo) de assistir ao desfile de Nuno Baltazar na próxima edição da Moda Lisboa, a decorrer de 5 a 8 de outubro.

“Esta é uma oportunidade extraordinária para aliar criatividade às preocupações ambientais, e com isso inspirar pessoas a reinterpretar e revitalizar o seu guarda-roupa, reduzindo o desperdício”, explica Nuno Baltazar, que conduz os três momentos do desafio, que estreiam a 4, 11 e 18 de setembro, respetivamente.

Para Ângela Pereira, Marketing Manager da AEG em Portugal, *“é muito importante para a marca desenvolver iniciativas que promovam a sustentabilidade e que contribuam para que, com pequenos passos, possamos ajudar o consumidor a reduzir o impacto ambiental sempre que utiliza os seus eletrodomésticos. A gama AEG EcoLine é um excelente exemplo de como fazemos isso mesmo – selecionámos os produtos energeticamente mais eficientes em cada categoria de produto, contribuindo para reduzir o impacto ambiental que resulta da sua utilização.”*

Os três finalistas serão anunciados nas redes sociais e no site da marca: www.aeg.com.pt

AEG GREEN AFFAIR

Como parte do compromisso da marca com a sustentabilidade, a AEG desenvolve iniciativas que visam promover práticas responsáveis em todas as áreas de negócio da marca, visando minimizar o impacto ambiental e maximizar a eficiência energética em todas as etapas, desde a conceção até à utilização dos produtos em casa do consumidor.

O conceito AEG GREEN AFFAIR centra-se em três pilares principais: eficiência energética, utilização de materiais sustentáveis e inovação responsável. A AEG desenvolve e oferece produtos altamente eficientes do ponto de vista energético, utiliza materiais e recursos renováveis e de baixo impacto ambiental, e procura constantemente soluções inovadoras que promovam um estilo de vida sustentável.

O AEG Green Affair visa, paralelamente ao lançamento de produtos sustentáveis no mercado, capacitar os consumidores para fazerem escolhas mais conscientes, incentivando à adoção de práticas ecológicas, nomeadamente eficiência energética, reciclagem e conservação de recursos. Desta forma, a AEG pretende contribuir para um futuro mais verde e sustentável.

Cláudia Carvalho
LUVIN | PR Manager
press@thisislavin.com
+ 351 961012492

Somos AEG. Existimos para redefinir o que espera dos seus eletrodomésticos e desafiar os limites do dia a dia. Desde o nosso início em Berlim em 1887, nunca nos conformámos com o razoável e acreditamos que também não o deve fazer. Acreditamos em inovações responsáveis que se destacam hoje e ajudam a construir um amanhã melhor. A AEG faz parte do Electrolux Group, líder global na categoria de eletrodomésticos que vende aproximadamente 60 milhões de produtos domésticos em cerca de 120 mercados todos os anos. No Electrolux Group trabalham mais de 51.000 pessoas a nível mundial e o ano de 2022 gerou um volume de negócios de mais de 135 mil milhões de SEK.

Para mais informações: <http://www.aeg.com.pt/>