

Karun é a nova marca de óculos de sol produzidos com materiais sustentáveis da Patagonia

25 de Março, 2022

A MultiOpticas acaba de lançar no mercado português a Karun, a nova marca de óculos premiada como a “Marca de Ótica Mais Sustentável” pela Global Brands Magazine. Os modelos de alta durabilidade são criados através de Econyl® nylon regenerado, proveniente de redes de pesca recicladas e outros materiais descartados na Patagonia, como metais e policarbonato reciclados, refere a empresa de óculos.

“Face às alterações climáticas, a transparência, o comércio justo, e a proteção da natureza e das comunidades deveriam ser os pilares dos negócios, no entanto, esta prática ainda não se verifica. O nosso maior trunfo para fazer com que a sociedade priorize estas problemáticas é convidar mais pessoas a exigir às suas marcas preferidas que divulguem o que estão a fazer para enfrentar e combater as alterações climáticas”, afirma Thomas Kimber, CEO & Founder of Karun

A marca Karun estreia-se em Portugal com a nova coleção de sol, desenhada em parceria com a ativista e atriz de Hollywood, Shailene Woodley – a coleção Karun by Shailene Woodley – que reinterpreta o estilo clássico dos anos 60 e 70, aliado à vertente sustentável. A coleção dispõe de designs de vanguarda, combinando linhas ousadas e novas cores.

A nova coleção de modelos disruptivos faz parte da campanha “Wear What You Stand For”, uma mensagem de alerta, que convida os consumidores a usarem o estilo como um meio de expressão pessoal, nesta altura em que a sustentabilidade é um tópico fulcral.

“Vestir aquilo em que acreditamos significa utilizar a moda, a roupa e os acessórios que usamos no dia a dia como ferramenta de autoexpressão e meio para atingir os nossos objetivos comuns”, descreve Shailene Woodley, Hollywood actor & environmental activist.

Para Sandra Silva, diretora de Marketing & Digital da MultiOpticas, “a integração de Karun no portfólio de MultiOpticas faz parte do caminho que a marca tem vindo a fazer junto de consumidores mais jovens e exigentes, através da incorporação de marcas sustentáveis com narrativas verdadeiras e transparentes”.