

GIORGIO ARMANI

GIORGIO ARMANI EYEWEAR 2013

LA NUEVA CAMPAÑA *FRAMES OF LIFE*: RETRATOS ATEMPORALES HABLAN DE PERSONALIDADES CONTEMPORÁNEAS

Frames of Life, la campaña de gafas creada en 2010, vuelve a escena. Y esta vez el marco es una cafetería en la plaza de una gran ciudad, un lugar en el que converge un flujo de personas incesante: un sinnúmero de historias, todas ellas diversas e irrepetibles, que se entrelazan y dan lugar a un nuevo relato.

Los protagonistas de estos «retratos de vida» son: Luc, un escritor que publica su primera obra; Carlos, un joven barman apasionado del cine; Nina, una violonchelista en busca de su primer contrato; Lucille y Adrian, dos jóvenes arquitectos de éxito. Así, se cruzan emociones, historias y expectativas distintas, todas ellas con un elemento común: la decisión de lucir gafas *Frames of Life*. Cada fotografía es una mirada que captura al personaje en un momento de vida auténtica y que permite apreciar su personalidad y su historia.

Las gafas se convierten en el detalle revelador que, lejos de eclipsar el carácter de cada protagonista, lo subraya con estilo. Se caracterizan por un diseño atemporal, que toma las míticas formas del estilo de Giorgio Armani y las actualiza con materiales y colores nuevos, detalles artesanales e innovadoras soluciones tecnológicas.

La nueva campaña *Frames of Life*, además de estar presente en la prensa y en www.framesoflife.com, también se transmitirá en cortometrajes dedicados a cada personaje, que se irán desvelando en el sitio web y en las redes sociales.

LUC - AR5004RT

El escritor lleva un ligerísimo modelo de vista de titanio, con varillas delgadas y un inconfundible terminal rizado. El ajuste es perfecto gracias al excepcional diseño de la bisagra, realizada sin tornillos y patentada en exclusiva para Giorgio Armani. Las lentes son redondeadas y la montura, de líneas minimalistas, parece esfumarse una vez puestas las gafas. El logotipo *Frames of Life* está grabado con láser en la parte interior de la varilla. El modelo está disponible en negro, oro y bronce, con acabado opaco.

NINA - AR8017RZ

La violonchelista lleva unas gafas de personalidad fuerte y decidida, con un aire retro, que esconden detalles tecnológicos de vanguardia y materiales sofisticados. Las varillas de titanio, delgadas y flexibles, sostienen el frontal de acetato, decorado con una aplicación de napa suave y de efecto envejecido. El logotipo *Frames of Life* está grabado con láser en la parte interior de la varilla. La paleta cromática abarca las siguientes propuestas: negro con aplicación de piel gris, verde aceituna con aplicación de piel marrón y habana vetado con aplicación de piel negra.

Giorgio Armani S.p.A. – Società a socio unico

Sede legale: Via Borgonuovo 11, 20121 Milano – Tel. +39.02.72318.1 – Fax +39. 02.58191900

Capitale sociale Euro 10.000.000,00 interamente versato – Registro Imprese Milano, Codice fiscale e Partita IVA: 02342990153 – R.E.A. 919502

Sede commerciale e amministrativa: Via Bergognone 59, 20144 Milano – Tel. +39.02.83106.1

CARLOS - AR7010

El joven barman elige unas gafas de estilo vintage, actualizadas gracias a la combinación del frontal de acetato con las delgadas varillas de titanio. Las varillas están fijadas al frontal mediante la bisagra sin soldaduras, de diseño exclusivo, patentada para Giorgio Armani. El logotipo *Frames of Life* está grabado con láser en la parte interior de la varilla. Este modelo unisex se presenta en cinco versiones cromáticas clásicas, como el habana azul y el habana claro.

ADRIAN - AR8007

El arquitecto elige unas gafas muy elaboradas y sofisticadas, con detalles de aire claramente retro, como el característico doble puente metálico y los ribetes, también metálicos. El logotipo *Frames of Life* está grabado con láser en la parte interior de la varilla. El acetato, gracias a su particular elaboración, presenta una textura ligeramente áspera en todos los colores disponibles: el clásico negro, habana, miel, gris y rojo. Las lentes son de cristal en todas las versiones.

LUCILLE - AR7008

La arquitecta, compañera de Adrian, lleva un elegante modelo de forma ovalada. El sabor retro lo dan los ribetes metálicos del frontal y del terminal, además de la particular elaboración de la montura de acetato, realizada con un proceso de raspado que crea un efecto opaco. El modelo está disponible en una gama de cinco versiones cromáticas, como negro, azul y verde agua. El logotipo *Frames of Life* está grabado con láser en la parte interior de la varilla.

El grupo Armani es una de las empresas de la moda y el lujo líderes del mundo: cuenta con más de 5700 empleados y 12 plantas de producción. El grupo diseña, produce, distribuye y vende directamente artículos de moda y de estilo de vida, como ropa, accesorios, gafas, relojes, joyas, cosméticos, perfumes, muebles y complementos de decoración con las siguientes marcas: Giorgio Armani Privé, Giorgio Armani, Emporio Armani, Armani Collezioni, AJ Armani Jeans, A/X Armani Exchange, Armani Junior y Armani Casa. La exclusiva red de distribución del grupo abarca 751 establecimientos (de propiedad e independientes de terceros) en todo el mundo: 89 *boutiques* Giorgio Armani, 3 *boutiques* de accesorios Giorgio Armani, 211 establecimientos Emporio Armani, 42 establecimientos Armani Collezioni, 235 establecimientos A/X Armani Exchange, 33 establecimientos AJ Armani Jeans, 2 establecimientos de accesorios AJ, 21 establecimientos Armani Junior y 36 establecimientos Armani Casa, situados en 46 países distintos.

Para obtener más información: Cristina Parenti
Director of Group Corporate Communication and Public Relations
LUXOTTICA GROUP
tel.: + 39 02 86 33 4733
cristina.parenti@luxottica.com