

GIORGIO ARMANI

GIORGIO ARMANI EYEWEAR 2013

LA NUOVA CAMPAGNA *FRAMES OF LIFE*: RITRATTI SENZA TEMPO RACCONTANO PERSONALITÀ CONTEMPORANEE

Frames of Life, la campagna eyewear nata nel 2010, torna on stage. E il frame questa volta è un caffè nella piazza di una grande città, un luogo dove converge un incessante flusso di persone: tante storie, tutte diverse e irripetibili, che si intrecciano e danno vita a un nuovo racconto narrativo.

I protagonisti di questi 'ritratti di vita' sono: Luc, uno scrittore che vede pubblicare la sua prima opera; Carlos, un giovane barman con la passione per il cinema; Nina, violoncellista alla ricerca del suo primo ingaggio; Lucille e Adrian, giovani architetti di successo. Si incrociano, così, emozioni, storie e aspettative differenti, tutte con un elemento in comune: la scelta di indossare occhiali *Frames of Life*. Ogni foto è uno sguardo che cattura il personaggio in un momento di vita vera, lasciando trasparire la sua personalità e la sua storia.

Gli occhiali diventano il dettaglio rivelatore che non sovrasta, bensì sottolinea con stile il carattere di ogni protagonista. Rappresentano un design senza tempo, che attinge alle forme iconiche dello stile Giorgio Armani e le attualizza con materiali e colori nuovi, dettagli artigianali e innovative soluzioni tecnologiche.

La nuova campagna *Frames of Life* sarà raccontata, oltre che sulla stampa e su www.framesoflife.com, attraverso cortometraggi dedicati a ogni personaggio, che verranno svelati di volta in volta sul sito internet e sui social media.

LUC - AR5004RT

Lo scrittore indossa un modello da vista in titanio ultraleggero, con aste sottili e inconfondibile terminale a riccio. La calzata è perfetta grazie alla cerniera dal design esclusivo, ricavata senza viti e brevettata in esclusiva per Giorgio Armani. La forma delle lenti è tondeggiante e la montatura, essenziale, sembra svanire una volta indossata. Il logo *Frames of Life* è inciso a laser all'interno dell'asta. Disponibile nei colori nero, oro, bronzo, con finitura opaca.

NINA - AR8017RZ

La violoncellista indossa un occhiale dal carattere forte e deciso, dall'impronta retrò, che cela particolari tecnologici all'avanguardia e una sofisticata ricerca dei materiali. Sottili e flessibili aste in titanio sorreggono il frontale in acetato, arricchito da uno spoiler in nappa morbidissima effetto invecchiato. Il logo *Frames of Life* è inciso a laser all'interno dell'asta. Tra le varianti di colore: nero con spoiler in pelle grigia, verde oliva con spoiler in pelle marrone e avana screziato con spoiler in pelle nera.

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

Il giovane barman sceglie un occhiale dal sapore vintage, attualizzato dall'accostamento fra il frontale in acetato e le sottili aste in titanio. Le aste sono fissate al frontale grazie alla cerniera senza saldature, dal design esclusivo, brevettata per Giorgio Armani. Il logo *Frames of Life* è inciso a laser all'interno dell'asta. Il modello, unisex, è proposto in cinque classiche varianti di colore, fra cui l'avana blu e l'avana chiaro.

ADRIAN - AR8007

L'architetto sceglie un occhiale costruito e ricercato, con dettagli dall'impronta fortemente retrò, come il caratteristico doppio ponte in metallo e i rivetti, anch'essi metallici. Il logo *Frames of Life* è inciso a laser all'interno dell'asta. Tutti i colori presentano una particolare lavorazione dell'acetato che assume una texture leggermente ruvida: classico nero, avana, miele, grigio, e rosso. Le lenti sono in cristallo per tutte le varianti.

LUCILLE - AR7008

L'architetto, compagna di Adrian, indossa un modello elegante dalla forma ovale. Il gusto retrò è dato dai rivetti in metallo del frontale e del terminale, oltre che dalla particolare lavorazione graffiata della montatura in acetato che crea un effetto opaco. E' disponibile in cinque varianti di colore: nero, blu, verde acqua. Il logo *Frames of Life* è inciso a laser all'interno dell'asta.

Il Gruppo Armani è tra le aziende della moda e del lusso leader nel mondo con oltre 5.700 dipendenti e 12 stabilimenti di produzione. Il Gruppo disegna, produce, distribuisce e vende direttamente prodotti di moda e lifestyle quali abbigliamento, accessori, occhiali, orologi, gioielli, cosmetici, profumi, mobili e complementi d'arredo con i seguenti marchi: Giorgio Armani Privé, Giorgio Armani, Emporio Armani, Armani Collezioni, AJ Armani Jeans, A/X Armani Exchange, Armani Junior e Armani Casa. L'esclusiva rete distributiva del Gruppo comprende 751 negozi (di proprietà e *freestanding* terzi) in tutto il mondo: 89 boutique Giorgio Armani, 3 boutique Giorgio Armani Accessori, 211 negozi Emporio Armani, 42 negozi Armani Collezioni, 235 negozi A/X Armani Exchange, 33 negozi AJ Armani Jeans, 2 negozi AJ Accessori, 21 negozi Armani Junior, 36 negozi Armani/Casa, in 46 Paesi nel mondo.

Per informazioni:

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