

GIORGIO ARMANI

KOLEKCJA OKULARÓW GIORGIO ARMANI 2013

NOWA KAMPANIA *FRAMES OF LIFE*: PONADCZASOWE PORTRETY ILUSTRUJĄ WSPÓŁCZESNE OSOBOWOŚCI

Stworzona w 2010 r. kampania promocyjna okularów zatytułowana *Frames of Life* wraca na scenę. Tym razem miejscem akcji jest jedna z kawiarni dużego miejskiego placu, z nieustannie przewijającymi się ludźmi - ich rozlicznymi historiami, z których każda jest inna i każda wyjątkowa, a które przeplatając się, tworzą nową opowieść.

Bohaterami „portretów życia” są: Luc - pisarz, którego pierwsze dzieło ma właśnie ukazać się drukiem, Carlos - młody barman zafascynowany kinem, Nina - wiolonczelistka szukająca zatrudnienia oraz Lucille i Adrian - dwoje młodych utalentowanych architektów. Tworzy to melanz historii, emocji i oczekiwań, a wszystkie mają jedną wspólną cechę: okulary z serii *Frames of Life*. Każdy kadr jest spojrzeniem łapiącym bohaterów w czasie rzeczywistym, z którego wynika ich osobowość i historia.

Okulary stają się odślaniającym detalem, który zamiast dominować, stylowo podkreśla prawdziwą naturę każdego z bohaterów. Okulary te charakteryzują się ponadczasową stylistyką, łączącą inspiracje ikonicznymi formami stylu Giorgio Armaniego z wykorzystaniem nowych materiałów i kolorów, wypracowanych szczegółów i innowacyjnych rozwiązań technologicznych, przez co stają się niezwykle nowoczesne.

Oprócz mediów drukowanych i strony framesoflife.com nowa kampania *Frames of Life* będzie widoczna przedstawiana w formie krótkich filmów o każdym z bohaterów, a te będą się pojawiały na stronie internetowej i w tzw. mediach społecznościowych.

LUC - AR5004RT

Wybór pisarza to ultralekki model tytanowy z cienkimi zausznikami i niepowtarzalną krzywizną zakończeń. Doskonałe dopasowanie zapewnia zawias bez śrub, opatentowany przez Giorgio Armaniego. Opływowa ramka z zaokrąglonymi szklami jest tak lekka, że okulary wydają się prawie niewidoczne. W zausznikach laserowo wygrawerowane logo *Frames of Life*. Okulary dostępne są w kolorze czarnym, złotym i brązowym, wszystkie w wykończeniu matowym.

NINA - AR8017RZ

Wiolonczelistka nosi okulary dopasowane do silnej osobowości z lekkim zabarwieniem retro, które maskuje zaawansowane szczegóły technologiczne i wyrafinowane materiały. Cienkie, ruchome zauszniki tytanowe podtrzymują ramę z włókna octanowego, podkreślona mostkiem z postarzonej, miękkiej skóry nappa. W zausznikach laserowo wygrawerowane logo *Frames of Life*. Dostępne kombinacje kolorystyczne to: czarny z mostkiem z szarej skóry, oliwkowy z mostkiem z brązowej skóry oraz cętkowana havana z mostkiem z czarnej skóry.

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

Okulary młodego barmana utrzymane są w stylu vintage z domieszką nowoczesności w postaci frontu z włókna octanowego i tytanowych zauszników. Zauszniki przymocowane są do oprawek za pomocą bezśrubowych zawiasów opatentowanych przez Giorgio Armaniego. W zausznikach laserowo wygrawerowane logo *Frames of Life*. Model unisex dostępny jest w pięciu klasycznych wersjach kolorystycznych, w tym w kolorze havana blue i jasnym havana.

ADRIAN - AR8007

Wybór architekta to wyrafinowany, strukturalny model z zaznaczonym stylem retro w takich detalach, jak charakterystyczny podwójny metalowy mostek oraz metalowe nity. W zausznikach laserowo wygrawerowane logo *Frames of Life*. Specjalnie przetworzone włókno octanowe nadaje ramkom we wszystkich wersjach kolorystycznych nieco szorstką fakturę. Oprawki dostępne są w klasycznym kolorze czarnym, havana, szarym i czerwonym. Wszystkie wersje wyposażone są w szklane soczewki.

LUCILLE - AR7008

Partnerka Adriana, z zawodu również architekt, nosi eleganckie, owalne okulary z nutką retro widoczną w metalowych nitach z przodu i na końcówkach zauszników, a także w porysowanym wykończeniu ramek octanowych, tworzącym matowy efekt. Okulary dostępne są w pięciu wersjach kolorystycznych: czarnej, niebieskiej i morskiej. W zausznikach laserowo wygrawerowane logo *Frames of Life*.

Grupa Armani jest jedną z wiodących firm działających w sektorze mody i towarów luksusowych na świecie, zatrudniając ponad 5700 pracowników w 12 zakładach produkcyjnych. Zajmuje się projektowaniem, produkcją, dystrybucją i sprzedażą między innymi takich produktów jak odzież, dodatki, okulary, zegarki, biżuteria, kosmetyki, perfumy, elementy wystroju wnętrz pod następującymi markami: Giorgio Armani Privé, Giorgio Armani, Emporio Armani, Armani Collezioni, AJ Armani Jeans, A/X Armani Exchange, Armani Junior oraz Armani Casa. Ekskluzywna sieć dystrybucyjna Grupy obejmuje 751 sklepów, w tym także sklepy nienależące bezpośrednio do Grupy: 89 butików Giorgio Armani, 3 butiki Giorgio Armani Accessori, 211 sklepów Emporio Armani, 42 sklepy Armani Collezioni, 235 sklepów A/X Armani Exchange, 33 sklepy AJ Armani Jeans, 2 sklepy AJ Accessori, 21 sklepów Armani Junior oraz 36 sklepów Armani/Casa w 46 krajach.

Informacje:

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