

GIORGIO ARMANI

GIORGIO ARMANI EYEWEAR 2013

LA NOUVELLE CAMPAGNE *FRAMES OF LIFE*: DES PORTRAITS INTEMPORELS RACONTENT DES PERSONNALITÉS CONTEMPORAINES

Frames of Life, la campagne née en 2010, fait son retour. Cette fois-ci, le cadre est un café sur la place d'une grande ville, un lieu où converge un flux incessant de personnes : de nombreuses histoires, toutes différentes et *irremplaçables*, s'entremêlent et donnent vie à un nouveau récit narratif.

Les protagonistes de ces « portraits de vie » sont : Luc, écrivain, qui voit publiée sa première œuvre ; Carlos, un jeune barman passionné de cinéma ; Nina, violoncelliste à la recherche de son premier travail ; Lucille et Adrian, jeunes architectes à succès. Se croisent ainsi des émotions, des histoires et des attentes variées, toutes avec un élément commun : le choix de porter des lunettes *Frames of Life*. Chaque photo est un regard qui capture le personnage dans un moment de vie authentique, laissant transparaître sa personnalité et son histoire.

Les lunettes deviennent le détail révélateur qui ne surplombe pas, mais souligne avec style le caractère de chaque protagoniste. Elles représentent un design intemporel, qui puise dans les formes emblématiques du style de Giorgio Armani et l'actualise avec de nouvelles couleurs et de nouveaux matériaux, des détails artisanaux et des solutions technologiques innovantes.

La nouvelle campagne *Frames of Life* sera racontée dans la presse et sur www.framesoflife.com, mais également à travers des courts-métrages consacrés à chacun des personnages, qui seront dévoilés peu à peu sur le site internet et sur les réseaux sociaux.

LUC - AR5004RT

L'écrivain porte un modèle optique en titane ultraléger, avec de fines branches et d'inimitables embouts courbés. Leur adaptation est parfaite grâce à des charnières au design exclusif, sans vis et brevetées en exclusivité pour Giorgio Armani. La forme des verres est arrondie et la monture, essentielle, semble disparaître une fois installée. Le logo *Frames of Life* est incisé au laser à l'intérieur des branches. Disponible dans les coloris noir or ou bronze, avec finition opaque.

NINA - AR8017RZ

La violoncelliste porte des lunettes au caractère fort et déterminé, aux accents rétro, qui cachent des détails technologiques d'avant-garde et une recherche sophistiquée des matériaux. Fines et flexibles, leurs branches de titane soutiennent une façade d'acétate, ornée d'un aileron en nappa très doux à l'effet vieilli. Le logo *Frames of Life* est incisé au laser à l'intérieur des branches. Parmi les coloris disponibles : noir avec aileron en cuir gris, vert olive avec aileron en cuir marron, et havane strié avec aileron en cuir noir.

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

Le jeune barman a choisi des lunettes aux accents vintage, remises au goût du jour à travers l'association d'une façade en acétate et de fines branches en titane. Les branches sont fixées à la façade grâce à des charnières sans soudures, au design exclusif, brevetées pour Giorgio Armani. Le logo *Frames of Life* est incisé au laser à l'intérieur des branches. Le modèle, unisexe, est proposé dans cinq coloris classiques, parmi lesquels le havane bleu et le havane clair.

ADRIAN - AR8007

L'architecte a choisi des lunettes construites et recherchées, aux détails fortement rétro, comme le double pont métallique caractéristique et les rivets, métalliques eux aussi. Le logo *Frames of Life* est incisé au laser à l'intérieur des branches. Tous les coloris présentent un façonnage particulier de l'acétate, qui prend une texture légèrement rugueuse : noir classique, havane, miel, gris et rouge. Les verres sont minéraux pour toutes les versions.

LUCILLE - AR7008

L'architecte, compagne d'Adrian, porte un modèle élégant de forme ovale. L'effet rétro est apporté par des rivets métalliques sur la façade et les embouts, ainsi que le façonnage griffé particulier de la monture d'acétate qui crée un effet opaque. Ce modèle est disponible dans cinq coloris : noir, bleu, vert d'eau. Le logo *Frames of Life* est incisé au laser à l'intérieur des branches.

Le Groupe Armani est l'un des principaux groupes de luxe dans le monde aujourd'hui avec 5 700 employés et 12 usines. Il conçoit, fabrique, distribue et vend au détail des produits mode et style de vie comprenant des vêtements, des accessoires, de la lunetterie, des montres, des bijoux, de l'art de vivre et de l'ameublement ainsi que des parfums et des cosmétiques sous les enseignes suivantes : Giorgio Armani Privé, Giorgio Armani, Emporio Armani, Armani Collezioni, AJ I Armani Jeans, A/X Armani Exchange, Armani Junior et Armani/Casa. Le réseau de détail exclusif du Groupe comporte actuellement 751 boutiques internationales (en propre ou 30% en franchises) : 89 boutiques Giorgio Armani, 3 boutiques d'accessoires Giorgio Armani, 211 boutiques Emporio Armani, 42 boutique Armani Collezioni, 235 boutiques A/X Armani Exchange, 33 boutiques AJ I Armani Jeans, 2 boutiques d'accessoires Armani Jeans, 21 boutique Armani Junior, 36 boutique Armani/Casa, dans 46 pays.

Pour plus d'informations :

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