

GIORGIO ARMANI

GIORGIO ARMANI EYEWEAR 2013

DIE NEUE KAMPAGNE *FRAMES OF LIFE*: ZEITLOSE PORTRAITS VON ZEITGEMÄSSEN PERSÖNLICHKEITEN

Frames of Life, die Eyewear-Kampagne aus dem Jahr 2010, kehrt zurück. Die Kulisse ist diesmal ein Café auf dem Platz einer großen Stadt. Ein Ort, zu dem immer neue Personen strömen, die ihre eigene und einzigartige Geschichte erzählen. Diese Geschichten verknüpfen sich miteinander und hauchen einer neuen Erzählung Leben ein.

Die Protagonisten der Geschichten sind Schriftsteller Luc, dessen erstes Werk gerade veröffentlicht wird; der junge Barmann Carlos mit einer Leidenschaft für Filme; die Violoncellistin Nina auf der Suche nach ihrem ersten Engagement; die erfolgreichen jungen Architekten Lucille und Adrian. Hier überkreuzen sich Emotionen, Geschichten und unterschiedliche Erwartungen mit einem gemeinsamen roten Faden; sie alle tragen die Brille *Frames of Life*. Jedes Foto zeigt eine der Figuren im wahren Leben und lässt ihre Persönlichkeit und ihre Geschichte durchscheinen.

Die Brille wird zum Erkennungsmerkmal, das nicht alles überstrahlt, sondern eher den Charakter ihres jeweiligen Protagonisten stilvoll unterstreicht. Die Modelle stehen für zeitloses Design, das auf die Kultformen des Giorgio Armani-Styles zurückgreift und sie mit Materialien, Farben, handwerklichen Details und innovativer Technologie erneuert.

Die neue Kampagne *Frames of Life* wird in der Druckpresse und auf www.framesoflife.com sowie in mehreren Kurzfilmen zu den einzelnen Figuren veröffentlicht, die nach und nach auf der Webseite und in sozialen Netzwerken gezeigt werden.

LUC - AR5004RT

Der Schriftsteller trägt ein Korrektionsmodell aus ultraleichtem Titan mit schlanken Bügeln und dem unverwechselbaren geschwungenen Endstück. Perfekter Sitz dank des Scharniers in einem einzigartigen Design ohne Schrauben nach einem exklusiven Patent für Giorgio Armani. Brille mit runden Gläsern und einem minimalistischen Gestell, das sich unauffällig in die Gesichtsform einfügt. Das Logo *Frames of Life* ist auf der Bügelinnenseite mit Laser eingraviert. Erhältlich in den Farben Schwarz, Gold, Bronze mit mattem Finish.

NINA - AR8017RZ

Die Cellistin trägt eine Brille mit starkem und entschiedenem Charakter im Retro-Design mit technologisch fortschrittlichen Details aus ausgesuchten Materialien. Die schlanken und flexiblen Bügel aus Titan stützen die Acetatfront mit einem Seitenschutz aus weichem Nappaleder in Antik-Optik. Das Logo *Frames of Life* ist auf der Bügelinnenseite mit Laser eingraviert. Unter den Farbvarianten befinden sich Schwarz mit Seitenschutz aus grauem Leder, Olivgrün mit Seitenschutz aus braunem Leder und Havanna gesprenkelt mit Seitenschutz aus schwarzem Leder.

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

Der junge Barmann wählt ein Vintage-Modell, das mit der Acetatfront und den schlanken Bügeln aus Titan doch modern wirkt. Die Bügel sind an der Front ohne Verschweißungen durch das Scharnier in exklusivem Design nach einem Patent für Giorgio Armani befestigt. Das Logo *Frames of Life* ist auf der Bügelinnenseite mit Laser eingraviert. Das Unisex-Modell ist in fünf klassischen Farbvariationen erhältlich, darunter Havanna Blau und Havanna Hell.

ADRIAN - AR8007

Der Architekt wählt eine erlesene Brille mit Retro-Details wie dem charakteristischen Doppelsteg und den Nieten aus Metall. Das Logo *Frames of Life* ist auf der Bügelinnenseite mit Laser eingraviert. Alle Modelle weisen eine besondere Verarbeitung des Acetats auf, das eine leicht raue Textur annimmt. Die verfügbaren Farben sind klassisch Schwarz, Havanna, Honig, Grau und Rot. Die Linsen sind bei allen Varianten aus Glas.

LUCILLE - AR7008

Die Architektin und Begleiterin von Adrian trägt ein elegantes Modell in ovaler Form. Retro-Design durch die Metallnieten an Front und Endstück sowie durch die besondere Verarbeitung des Acetatgestells mit Matteffekt. Erhältlich in fünf Farbvariationen, darunter Schwarz, Blau, Wassergrün. Das Logo *Frames of Life* ist auf der Bügelinnenseite mit Laser eingraviert.

Der Konzern Armani ist heute mit über 5700 Beschäftigten und 12 Fertigungsstandorten eine der weltweit führenden Vertriebsgruppen für Mode- und Luxusartikel. Der Konzern entwirft, fertigt, liefert und vertreibt Fashion- und Lifestyle-Artikel wie Kleidung, Accessoires, Eyewear, Uhren, Schmuck, Kosmetikartikel, Parfums, Möbel und Einrichtungsgegenstände unter den Markennamen Giorgio Armani Privé, Giorgio Armani, Emporio Armani, Armani Collezioni, AJ Armani Jeans, A/X Armani Exchange, Armani Junior und Armani Casa. Das exklusive Vertriebsnetz des Konzerns umfasst 751 Geschäftsstellen (Markenboutiquen im Eigentum Dritter) auf der ganzen Welt: 89 Boutiquen Giorgio Armani, 3 Boutiquen Giorgio Armani Accessori, 211 Geschäfte Emporio Armani, 42 Geschäfte Armani Collezioni, 235 Geschäfte A/X Armani Exchange, 33 Geschäfte AJ Armani Jeans, 2 Geschäfte AJ Accessori, 21 Geschäfte Armani Junior, **36 Geschäfte Armani/Casa in 46 Ländern weltweit.**

Nähere Informationen:

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