

# GIORGIO ARMANI

## GIORGIO ARMANI EYEWEAR 2013

### A NOVA CAMPANHA *FRAMES OF LIFE*: RETRATOS SEM TEMPO DESCREVEM PERSONALIDADES CONTEMPORÂNEAS

*Frames of Life*, a campanha eyewear lançada em 2010, está de volta. E o cenário desta vez é um café na praça de uma grande cidade, um lugar em que converge um incessante fluxo de pessoas: muitas histórias, todos diferentes e irrepitíveis, que se entrelaçam e criam um novo conto narrativo.

Os protagonistas destes “retratos de vida” são: Luc, um escritor que vive a publicação da sua primeira obra; Carlos, um jovem *barman* com a paixão pelo cinema; Nina, violoncelista à procura da sua primeira oportunidade; Lucille e Adrian, jovens arquitectos de sucesso. Assim, cruzam-se emoções, histórias e expectativas diferentes, todas com um elemento comum: a opção de usar óculos *Frames of Life*. Cada foto é um olhar que capta o personagem em um momento de vida real, deixando transluzir a sua personalidade e a sua história.

Os óculos tornam-se o detalhe revelador que não encobre, mas realça, com estilo, o carácter de cada protagonista. Representam um *design* sem tempo, que se *abebera* nas formas icónicas do estilo Giorgio Armani tornando-as actuais com novos materiais e novas cores, detalhes artesanais e soluções tecnológicas inovadoras.

A nova campanha *Frames of Life* será narrada, através de anúncios na imprensa e em [www.framesoflife.com](http://www.framesoflife.com), e também através de curtas-metragens dedicadas a cada personagem, que serão reveladas ao longo do tempo no site e nos *social media*.

#### LUC - AR5004RT

O escritor veste um modelo de vista em titânio ultraleve com hastes subtis e as inconfundíveis ponteiros encaracoladas. O ajuste ao rosto resulta perfeitamente graças às dobradiças com *design* exclusivo, obtidas sem parafusos e patenteadas em exclusivo por Giorgio Armani. A forma das lentes é arredondada e a armação, essencial, parece dissipar-se uma vez ajustada ao rosto. O logótipo *Frames of Life* é gravado a laser na parte interna das hastes. Disponível nas cores preta, dourada, bronze, com acabamento fosco.

#### NINA - AR8017RZ

A violoncelista veste um par de óculos com um carácter forte e resoluto, de cunho retrô, que encobre uma tecnologia de vanguarda e uma sofisticada investigação dos materiais. Hastes em titânio, subtis e flexíveis, sustentam a armação frontal em acetato, enriquecida com um *spoiler* em borla extremamente macia, com efeito envelhecido. O logótipo *Frames of Life* é gravado a laser na parte interna das hastes. Entre as variações de cores: preta com *spoiler* em couro cinza; verde oliva com *spoiler* em couro castanho; e havana mosqueado com *spoiler* em couro preto.

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**

O jovem *barman* opta por um par de óculos de estilo vintage, actualizado pela combinação entre a armação frontal em acetato e as subtis hastes em titânio. As hastes são fixadas à armação frontal graças a dobradiças sem soldagens, com um *design* exclusivo, patenteado por Giorgio Armani. O logótipo *Frames of Life* é gravado a laser na parte interna das hastes. O modelo, unissexo, é proposto em cinco variações de cores clássicas, entre as quais a havana azul e a havana clara.

**ADRIAN - AR8007**

O arquitecto escolhe um par de óculos estruturado e requintado, com detalhes de cunho intensamente retrô, como a característica dupla ponte em metal e os rebites, também metálicos. O logótipo *Frames of Life* é gravado a laser na parte interna das hastes. Todas as cores apresentam um trabalho particular do acetato que adquire uma textura levemente áspera: clássica preta, havana, mel, cinza, e vermelha. As lentes são de cristal para todas as variantes de cores.

**LUCILLE - AR7008**

A arquitecta, companheira de Adrian, veste um elegante modelo em forma ovalada. O gosto retrô é propiciado pelos rebites metálicos da armação frontal e pelas ponteiras, bem como pelo particular trabalho riscado da armação em acetato que cria um efeito mate. Está disponível em cinco variações de cores: preta, azul, verde água. O logótipo *Frames of Life* é gravado a laser na parte interna das hastes.

O Grupo Armani é uma das empresas na liderança mundial da moda e dos artigos de luxo, com mais de 5.700 funcionários e 12 fábricas. O Grupo projeta, fabrica, distribui e vende diretamente produtos de moda e estilo de vida (*lifestyle*), tais como vestuário, acessórios, óculos, relógios, jóias, cosméticos, perfumes, móveis e complementos de decoração com as marcas a seguir: Giorgio Armani Privé, Giorgio Armani, Empório Armani, Armani Collezioni, AJ Armani Jeans, A/X Armani Exchange, Armani Junior e Armani Casa. A exclusiva rede de distribuição do Grupo compreende 751 lojas (próprias e *freestanding* de terceiros) em todo o mundo: 89 lojas Giorgio Armani, 3 lojas Giorgio Armani Acessórios, 211 lojas Empório Armani, 42 lojas Armani Collezioni, 235 lojas A/X Armani Exchange, 33 lojas AJ Armani Jeans, 2 lojas AJ Acessórios, 21 lojas Armani Junior, 36 lojas Armani/Casa, em 46 países no mundo inteiro.

Para Informações: Cristina Parenti  
Director of Group Corporate Communication and Public Relations  
LUXOTTICA GROUP  
tel.: + 39 02 86 33 4733  
[cristina.parenti@luxottica.com](mailto:cristina.parenti@luxottica.com)