

PRADA

PRADA PRESENTA: 365, UNA TRANSMISIÓN VISUAL PARA LAS NUEVAS CAMPAÑAS PUBLICITARIAS

El nuevo concepto de publicidad de moda, **365**, que muestra una gran variedad de interpretaciones de las colecciones **Prada**, reimagina las campañas de este tipo, retando los estándares convencionales y los límites de la libertad creativa. La temporada *Spring/Summer 2017* marca la primera etapa de este nuevo acercamiento.

En vez de representar una idea particular con imágenes durante todo un periodo, hay múltiples historias de un mundo cambiante e igualmente multidimensional. No sólo es una narrativa, son varias. La modernidad se encuentra en esta multiplicidad: es una reacción al momento, la humanidad y la vida. La complejidad de las fotografías es un reflejo de la realidad. Siempre existe más de un punto de vista.

A lo largo del año, nuevas imágenes serán producidas, mostrando las colecciones de Prada de diferente manera. Éstas, tan espontáneas e inmediatas como las piezas de Prada, no se encuentran en un vacío: son contemporáneas y están influenciadas por el mundo que les rodea. Como la moda misma, éstas retratarán el momento individual y los estados de ánimo actuales, una respuesta al acelerado ritmo de vida de hoy en día.

La campaña *Spring/Summer 2017* expone cinco identidades visuales por separado, cinco realidades de Prada: *Pathways*, *Frontiers*, *Stations*, *Exits* y *Terrains*. Cada una representa diversas escenas de la misma historia, una secuencia de imágenes, pero que son dicotómicas y totalmente diferentes. Las cinco líneas están unidas por el representativo lenguaje fotográfico de Willy Vanderperre y la estética de Prada.

Se enfatiza su singularidad. Los ambientes varían de una oficina a la playa, de espacios cerrados a la naturaleza; negro y blanco a colores. Un reparto de personajes –caras nuevas y exclusivas, los reconocidos y famosos– cambia de una visión de Prada a otra, reforzando la individualidad de cada una. Diversos lugares, personas y puntos de vista.

Para la campaña masculina Prada *Spring/Summer 2017*, el actor Jude Law toma el control de un escenario monocromático de estilo película *noir*, entre dunas de arena. Como intérprete, Law cambia de personajes, realidades y vestuarios. Nunca es el mismo: constantemente cambia nuestra percepción, mientras se mantiene reconocible. Representa la naturaleza elástica y las múltiples realidades del proyecto, las cuales son todas ciertas.

Retando a la particularidad de las campañas tradicionales, la multiplicidad de las interpretaciones continuarán durante todo el año. Esta campaña es un acercamiento único y discernible que se distingue de los demás. La moda de Prada propone algo nuevo y lo hace con este nuevo estilo de publicidad.

PRADA

Las visiones detrás de cada retrato –y de este nuevo concepto en general– son un eco de las necesidades y deseos constantemente cambiantes de las vidas diarias de todos. **Prada, 365.**

###

Acerca de Prada

Prada fue fundada en 1913 por Mario Prada –el abuelo de Miuccia Prada– en Milán, Italia. Localizada en la prestigiosa Galleria Vittorio Emanuele II, Prada era una exclusiva y elegante tienda de equipaje, accesorios y productos de lujo hechos con materiales finos y de manufactura refinada.

La compañía de lujo ahora fabrica productos, ropa y calzado de piel para hombre y mujer, combinando la sofisticación contemporánea y de vanguardia con artículos únicos y de manufactura sublime. Prada también opera en los sectores de *eyewear*, fragancias y teléfonos celulares.

La marca Prada es parte de Grupo Prada, una firma poderosa en el mercado de bienes de lujo, así como un ícono corporativo. El modelo de negocios, capaz de combinar los procesos industrializados con sofisticada manufactura a mano, alta calidad y el nivel de detalle elevado característico de la producción de artesanías, impuso un precedente en el mundo.

CONTACTO

Another Company

César Percastre

cesar@anothercompany.com.mx

Daniela Valdés

daniela@anothercompany.com.mx