Icon

Description automatically generatedA picture containing text

Description automatically generatedA picture containing text, furniture, table, clipart

Description automatically generated

**EMBARGO HASTA LAS 12:01 AM DEL 6 DE OCTUBRE**

**FARFETCH & NATAAL CONTINÚAN ASOCIACIÓN PARA CAMPEONAR Y CELEBRAR LA CREATIVIDAD NEGRA EN MODA**A person in a suit holding a flag

Description automatically generated with low confidenceA picture containing outdoor, person

Description automatically generatedA person in a suit

Description automatically generated with low confidenceA person wearing a head scarf

Description automatically generated with low confidenceA person sitting on a chair

Description automatically generated with medium confidenceA person holding a briefcase

Description automatically generated with low confidence

**Ciudad de México, a 6 de octubre de 2021, FARFETCH Ltd (NYSE: FTCH).-** FARFETCH, el destino mundial de la moda de lujo moderna, se complace en lanzar la segunda versión de su asociación de un año con Nataal.

Nataal es la marca multimedia líder a nivel mundial que celebra la moda, la belleza, las artes visuales, la música y la cultura contemporáneas de África y su diáspora. Al igual que con la primera versión del proyecto, lanzada el 3 de febrero de 2021, FARFETCH trabajará con Nataal y su comunidad de creadores de cambios para crear contenido que respalde su talento revolucionario.

Esta segunda versión de la asociación se lanza hoy en colaboración con la potencia italiana Valentino y celebra una nueva generación de artistas visuales negros en París. El trabajo de estos talentos que establecen la agenda habla de los diversos temas de la identidad, el medio ambiente y la espiritualidad.

Sus historias cobran vida en este editorial de dos partes comisariado por Nataal. Fotografiados por Kyle Weeks y diseñados por Laëtitia Gimenez Adam, los artistas visten looks de pasarela de la colección Act de Valentino contra un paisaje urbano brutalista en el que se sumergen sus piezas de arte clave.

“Elegimos a estos jóvenes artistas porque juntos representan a 'La Nouvelle Vague'; la nueva ola que transforma el mundo del arte. Sus diversas prácticas abordan su herencia, así como temas sociales urgentes y esperamos que esta historia con Valentino lleve su trabajo al mundo”, dice la directora creativa de Nataal, Marie Gomis-Trezise.

Los talentos presentados son los siguientes: Alizée Quitman (artista multidisciplinar), Alexia Fiasco (fotógrafa), Maty Biayenda (pintora y estudiante de textiles), Fabien Conti (pintor), Josué Comoe (pintor) y Elladj Lincy Deloumeaux (pintor).

Este lanzamiento es uno de los dos en colaboración con Maison Valentino, con la tercera y última iteración de la serie de colaboración entre FARFETCH y Nataal que se lanzará a finales de este año.

**FIN**

**Sobre Farfetch**

**Farfetch Limited es la plataforma global líder para la industria de la moda de lujo. Fundada en 2007 por José Neves por amor a la moda y lanzada en 2008, Farfetch comenzó como un mercado de comercio electrónico para boutiques de lujo en todo el mundo. En la actualidad, Farfetch Marketplace conecta a clientes en más de 190 países y territorios con artículos de más de 50 países y cerca de 1400 de las mejores marcas, boutiques y grandes almacenes del mundo, brindando una experiencia de compra verdaderamente única y acceso a la más amplia selección de lujo en una sola plataforma. Los negocios adicionales de Farfetch incluyen Browns and Stadium Goods, que ofrecen productos de lujo a los consumidores, y New Guards Group, una plataforma para el desarrollo de marcas de moda globales. Farfetch ofrece su amplia gama de canales orientados al consumidor y soluciones de nivel empresarial a la industria del lujo bajo su iniciativa Luxury New Retail. La iniciativa Luxury New Retail también abarca Farfetch Platform Solutions, que brinda servicios a clientes empresariales con capacidades tecnológicas y de comercio electrónico, e innovaciones como Store of the Future, su solución minorista conectada.**

**Para obtener más información, visite www.farfetch.com**

**Sobre Nataal**

**Nataal es una marca de medios que defiende la moda, la belleza, las artes visuales, la música y la cultura contemporáneas de África y su diáspora. Lanzado en Londres en 2015, Nataal se dedica a apoyar la narrativa diversa y las perspectivas vitales de su red de talentos en todo el mundo. El enfoque multiplataforma de Nataal abarca lo digital, impreso, eventos y exposiciones, y este año también ve el lanzamiento de Studio Nataal, una agencia creativa y consultora.**

**Para obtener más información, visite nataal.com**

**Sobre Valentino**

**La casa de Valentino tiene su sede en el corazón de Roma, la Ciudad Eterna, y expresa un punto de vista sobre el mundo contemporáneo utilizando la historia como un patio de recreo y el Atelier como un lugar que produce tanto belleza como pensamiento.**

**La historia comenzó en 1959.**

**2016 marca un nuevo comienzo, bajo la Dirección Creativa de Pierpaolo Piccioli. Se crea un nuevo conjunto de valores, tanto del momento como fieles a su herencia: gracia y delicadeza, tanto como actitud como como silueta; una celebración de la individualidad; belleza emocional; la combinación y fusión de diferentes idiomas.**

**El estilo es esencial e impalpable.**

**La idea del humanismo contemporáneo conduce a una búsqueda creativa que gira en torno a la personalidad del usuario. La visión, los productos y los espacios comerciales comparten los mismos rasgos: desde las creaciones únicas de alta costura hasta el prêt-à-porter y los accesorios para hombres y mujeres, desde las gafas hasta las fragancias y las boutiques, Valentino es sinónimo de elegancia y pureza. , artesanía, singularidad.**