****

**EMBARGO HASTA EL 15 DE SEPTIEMBRE DE 2021**

**FARFETCH PRESENTA: THE ART OF CHOICE**

UNA NUEVA EXPERIENCIA FOTOGRÁFICA GLOBAL INSPIRADA EN

LA ELECCIÓN DEL ESTILO ATEMPORAL

* *The Art of Choice defiende la incomparable elección de moda de FARFETCH a través de una retrospectiva fotográfica*
* *Los autores modernos FKA twigs, Tyler Mitchell y Carl Gerges curan series del archivo de Magnum Photos con Antwaun Sargent con fotografías de Eve Arnold, Ernest Cole, Bruno Barbey, Chris Steele-Perkins y Herbert List*
* *Aparecen instalaciones improvisadas en la calle las 24 horas en Londres, Nueva York y Dubai, y se asocia con Magnum Photos para las imágenes de archivo de la campaña.*
* *Programa digital comisariado por la comunidad internacional desde Seúl hasta São Paulo, incluidas las cuentas curatoriales de Instagram, coincidiendo con el lanzamiento del canal TikTok de FARFETCH*

**Ciudad de México, 15 de septiembre de 2021,** FARFETCH Ltd (NYSE: FTCH), el destino global de la moda de lujo moderna, se complace en presentar The Art of Choice, un nuevo proyecto de fotografía internacional que reinventa la forma en que encontramos inspiración en la moda: La imagen icónica de ayer se convierte en una herramienta para hablar de la moda de hoy. The Art of Choice introduce la idea de que podemos imaginar la novedad inspirándonos en un archivo de imágenes del pasado para descubrir la incomparable elección de moda disponible solo en FARFETCH.

La curación es el acto que transforma un repertorio en una declaración. La campaña Art of Choice conecta nuestro proceso de curación de estilo diario con el acto de curar arte: una colección atemporal de imágenes artísticas sirve como herramienta para este ejercicio. Autores de la cultura pop, incluidos el artista musical FKA twigs, el fotógrafo Tyler Mitchell y el arquitecto / músico Carl Gerges, con el apoyo del escritor y curador Antwaun Sargent, han seleccionado una serie temática de imágenes del icónico archivo de fotografías del siglo XX de Magnum Photos, que actúa como su propia oda. a las personas, los lugares y el estilo, incluidas las ciudades que aman.

**Holli Rogers, directora de marca de FARFETCH dijo:** “Con la selección de moda más grande del mundo disponible, los clientes de FARFETCH tienen un nivel excepcional de elección que les permite trascender las tendencias de temporada y seleccionar libremente los looks que expresan su propio estilo e individualidad. El arte de la elección es una forma divertida e inspiradora de mirar hacia atrás en imágenes atemporales de personas y estilo en busca de la inspiración de la moda actual y dar vida a este concepto de elección infinita.

Creo que la moda nació en las calles, ¡el street style original! Lo que otros visten y cómo lo hacen suyo es una gran inspiración para mí: la forma en que interpretamos lo que vemos afuera en el mundo a menudo se desarrollará en nuestro propio estilo personal. Todos hemos pasado por este período extraordinario en el que mucho ha cambiado y hemos reflexionado sobre lo que es importante para cada uno de nosotros. Creo que esto se traducirá en personas que deseen expresarse de diferentes maneras a través de la moda, gravitando hacia opciones que son únicas para ellos y que se basan en su propia experiencia y la de las personas que las han inspirado en tiempos pasados ​​".

El proyecto Art of Choice también obsequiará a Nueva York, Londres y Dubái con instalaciones callejeras improvisadas, utilizando ubicaciones de la ciudad como galerías públicas antes de que el programa de narración digital extienda la narrativa a ciudades como Berlín, París, Ciudad de México, Moscú, Seúl, Shanghái y Tokio. a través de la comunidad FARFETCH y cuentas curatoriales de Instagram, también coincidiendo con el lanzamiento del canal FARFETCH TikTok.

**Ronojoy Dam, Director de Cultura y Marca Global de FARFETCH dijo:** “El Arte de la Elección introduce la idea de una campaña publicitaria basada en nada menos que en la historia de la fotografía moderna. Los fotógrafos que aparecen son algunos de los más famosos del mundo. La interacción entre la presencia hiperlocalizada y los temas universales, los puntos de vista artísticos y la narración social, todo apuntalado por una mentalidad digital, es un reflejo de tiempos que requieren nuevas formas de comunicación. FARFETCH se trata de potenciar diversas perspectivas de la moda, y esperamos que este simple acto sea una pequeña forma de celebrarlo ".

FARFETCH se asoció con Magnum Photos para la campaña. Magnum es la fuerza líder en el mundo del fotoperiodismo del siglo pasado. Sus archivos icónicos incluyen algunos de los fotógrafos más famosos de todos los tiempos. Imágenes tomadas durante las últimas décadas por fotógrafos como Eve Arnold, Ernest Cole, Bruno Barbey, Chris Steele-Perkins y Herbert List: vea a sus sujetos vistiendo piezas que inevitablemente reflejan las categorías de ropa que usamos hoy, las mismas que todos usamos para describir, busca y compra moda todos los días.

La campaña fue desarrollada por FARFETCH con New Systems for Ideas, un colectivo internacional recientemente formado enfocado en ser pionero en la interacción entre moda y tecnología a través de ideas innovadoras. Esta es la segunda parte de la asociación de un año, la primera fue la campaña "The Perfect Match" que celebró la comunidad boutique de FARFETCH.

**FIN**

**Media Contacts:**

Susannah Clark

VP Communications, Global

susannah.clark@farfetch.com

+44 7788 405224

**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 incluye 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 más información visite www.farfetch.com