

CAMPAGNA PUBBLICITARIA PRADA RESORT 2020 *SEDITIONOUS SIMPLICITY*

Una celebrazione del valore del quotidiano, un'espressione dello stile di vita, un momento del presente. Autenticità. La campagna Prada Resort 2020 celebra la bellezza della vita, della realtà, dell'oggi.

Così come la collezione Prada Resort propone una visione alternativa sul classicismo - adottando la semplicità come ribellione e ricercando lo straordinario nell'ordinario e la novità nella familiarità - anche il concetto stesso di pubblicità assume una nuova prospettiva. Non più un'immagine statica e distante che appare sulle riviste o sullo schermo di un computer, la campagna Prada Resort 2020 si integra nella vita di tutti i giorni, sovvertendo le convenzioni e abbattendo le barriere. Debutta in modo idiosincratico, non solo sulle pagine dei giornali, ma come esperienza sensoriale, da vivere. Nelle città di Milano, Londra, Mosca, New York, Parigi, Shanghai e Tokyo - presso chioschi di fiori - bouquet profumati sono avvolti dalle immagini di campagna. Luoghi quotidiani inaspettati, sconosciuti, imprevisi, pieni di bellezza, romanticismo, poesia e storie.

La campagna Prada Resort 2020 assume la connotazione di un dialogo, una conversazione, come uno scambio di fiori tra persone che si amano. Un'intimità da condividere. Attraverso i social media, la campagna prende letteralmente vita, mentre video poetici animano queste pagine, portandole in un'altra dimensione. Le immagini stesse conversano, costruite sulla combinazione di due lingue diverse, riflettendo la dualità e le molteplici personalità che costituiscono l'identità del marchio.

I due fotografi selezionati da Prada per immortalare la collezione sono apprezzati per le loro rappresentazioni dicotomiche - ma ugualmente potenti - delle personalità, dell'umanità. Da un lato il newyorkese Drew Vickers, conosciuto per i suoi ritratti composti, calmi ed eleganti che mettono delicatamente in risalto la quiete e la dolcezza dei soggetti. Le fotografie diventano espressione del sentimento della collezione - un ritratto della moda - e dei modelli stessi. Dall'altro lato il fotografo giapponese Keizo Kitajima, noto fin dagli anni '70 per lo stile dinamico e reale della sua fotografia di strada. Qui ritrae i modelli in movimento, nella viva realtà, ognuno con un mazzo di fiori avvolto dalle immagini di campagna. In questi scatti

PRADA

spontanei e immediati, le figure compiono gli stessi gesti che la campagna vuole proporre al pubblico - gesti di tutti i giorni. Le immagini, presentate come dittici, riecheggiano tra loro, richiamando allo stesso tempo anche il mondo esterno. Dittici che presentano solo due lati di tante realtà.

Realtà interpretate attraverso un insieme di volti maschili e femminili, nuovi e familiari, provenienti da diversi contesti. Freja Beha Erichsen, Lexi Boling e Sara Blomqvist sono affiancate da Stella Jones, Xiao Wen Ju, Xara Maria, Vik Nahishakiye, Ashley Radjarama, Kyla Ramsay, Toni Smith, Qun Y, Freek Men e Yang Hao.

Inaspettatamente, le immagini riappaiono all'interno della campagna stessa: avvolgono i fiori come uno still-life, talmente veri da poterli toccare. È la realtà che si confonde con la fantasia dell'immagine o è l'immagine che raffigura la realtà prima che accada? La campagna sovverte il ruolo della fotografia attraverso la registrazione del presente e la proiezione di un futuro evocato dalle immagini - una sorta di preparazione all'imminente, dove il comune denominatore è la bellezza: una bellezza eterna, senza tempo, qui espressa attraverso la rappresentazione di ogni aspetto del quotidiano.

#PradaResort20
#PradaSeditiousSimplicity

*Per ulteriori informazioni:
Ufficio Stampa Prada
Tel. 02.567811
www.prada.com*