

Campagna pubblicitaria Prada Pre-Fall 2018 *Industreality*

Una fabbrica di fantasia, un panorama industriale dall'atmosfera onirica, uno sguardo su un nuovo aspetto della donna Prada. L'identità visiva di 365 per la collezione Prada Donna Pre-Fall 2018 immagina una commistione tra il funzionale e il femminile, modelle in posa classica in contrasto con l'elemento contemporaneo di sfondi industriali inaspettati.

Attraverso gli scatti di Willy Vanderperre nel magazzino immaginario di 'Prada Warehouse', queste immagini giocano con il concetto di "fabbricazione": l'invenzione e l'inventiva, l'immaginato e l'immaginario, il fare e il fare finta. In uno scenario suggestivo, immerso in un Technicolor surreale e cinematografico - ulteriore espressione di fantasia - invenzione e reinvenzione interagiscono e dialogano tra loro utilizzando un comune vocabolario visivo. In queste fotografie, la realtà prende corpo nei personaggi rappresentati dalle tre modelle che animano gli scatti - Kris Grikaite, Fran Summers e Anok Yai - le cui personalità sono espresse in modo evidente nelle immagini.

Sullo sfondo, grandi scatole sono decorate con simboli dell'universo Prada - marchi, etichette e talismani - che ne indicano l'origine e, come gli abiti, esprimono l'identità indelebile e istantaneamente riconoscibile del marchio.

Per ulteriori informazioni:

Ufficio Stampa Prada

Tel. +39.02.541921

e-mail: corporatepress@prada.com