

PRADA

comunicato stampa

CAMPAGNA PUBBLICITARIA PRADA DONNA PRE-FALL 2020

PAINTED IN PRADA

Il potere di una creazione fatta a mano e l'impatto dell'immagine; il rapporto intimo con l'abito; il potere e la positività del colore. E la sovrapposizione di reale e digitale, ora sperimentata quotidianamente, veicolano una nuova idea di intimità, una realtà surreale che rispecchia questi tempi così particolari. La campagna Prada Pre-Fall 2020 è realizzata per reagire ai cambiamenti del mondo, unendo umanità e tecnologia, ognuna egualmente importante, in un mezzo ibrido di comunicazione, espressione e creatività.

Nella Pre-Fall, ideata e creata insieme alla collezione Prada Uomo Autunno/Inverno 2020 presentata a gennaio, il colore è lo strumento per ricalibrare capi classici, donare agli outfit un'aria nuova e surreale. La campagna pubblicitaria - realizzata dal fotografo David Sims a Londra il 13 febbraio 2020 e dipinta a New York durante le settimane seguenti - mette in discussione la fisicità: i colori accesi della collezione sono isolati, astratti, posti al centro della scena, mettendo in risalto la loro essenza materiale e la loro semplicità disarmante. Abiti colorati diventano colore puro sfidando la forma tipica delle fotografie.

Le immagini e i video della campagna uniscono acquerelli dipinti a mano a maestria digitale. Le foto in bianco e nero di David Sims, che ritraggono la modella Freja Beha Erichsen, fungono da tele monocromatiche per interventi successivi, espressioni creative attraverso colori saturi, applicati con spontaneità improvvisata sull'immagine. Le silhouette degli indumenti, le loro cuciture e le loro fantasie esplorano con forza il colore diventando "tele" dipinte da una delle dodici nuance Prada tra cui il celeste, il rosa, il giallo, l'arancio, il verde e altre ancora. I video della campagna propongono un'ulteriore sorpresa catturando la trasformazione della modella che diventa essa stessa creatrice. Con un gesto surrealista Beha Erichsen crea e dà vita alla propria immagine, diventa autrice di sé applicando colori su abiti e accessori e rendendoli vivi. Queste immagini daranno inoltre vita a una narrativa a più livelli presentata attraverso mezzi digitali e l'account Instagram di Prada.

In un momento in cui la nostra esperienza di società e cultura è definita dalle immagini, tramite computer, telefoni, televisione e riviste, con persone costrette a distanza tra loro, questa campagna prende ispirazione dall'imprevedibile, dall'imperfezione del "fatto a mano" e dalle infinite possibilità di interazione umana. È un riflesso subconscio del momento storico che stiamo vivendo e che va a sfumare il confine che separa la fotografia dalla pittura e la tecnologia dall'uomo. Il potere del colore attraverso il potere della tecnologia - due modi di comunicare un messaggio in modo immediato. Un messaggio che sostanzialmente è quello della positività, una fantasia dipinta con i colori Prada.

Crediti:

Direttore creativo: Ferdinando Verderi

Fotografo: David Sims

Stylist: Olivier Rizzo

Regista: Ferdinando Verderi

Per maggiori informazioni:

Ufficio Stampa Prada

02.567811

corporatepress@prada.com