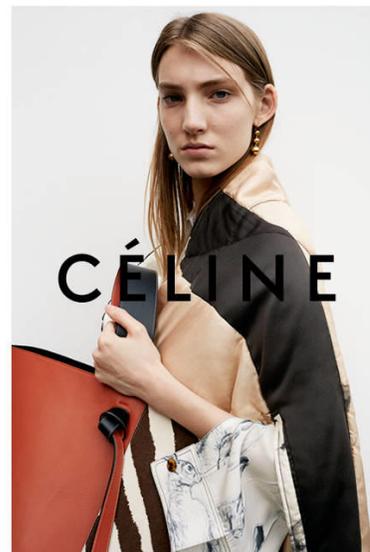




Осень-зима 2015/16: рекламные кампании, которые нас удивили

Новые лица Céline

Рекламная кампания Céline только на первый взгляд кажется обычной. На самом деле креативный директор Фиби Фило пошла на беспрецедентный для французского бренда шаг: кастинг прошли исключительно начинающие модели, чьи имена ещё (но не надолго!) никому неизвестны. И всё это после наделавшей шуму весенне-летней кампании, лицом которой стала 80-летняя писательница Джоан Дидион!





Искусство и мода Fendi

Энергичности Карла Лагерфельда можно позавидовать: 82-летний модельер создает коллекции сразу для двух легендарных домов моды и успевает лично снимать для них рекламные кампании. Одну из последних – для Fendi – он посвятил творчеству швейцарской художницы Софи Тойбер-Арп. Ее абстрактно-геометрический стиль живописи вдохновил мастера на создание целой коллекции, а на фотоснимках кампании ее творчество олицетворяли 3D-модели марионеток в человеческий рост.





Джиджи Хадид для Topshop

Рекламирывать коллекцию осень-зима 2015-16 Topshop доверил восходящей звезде модельного бизнеса Джиджи Хадид. До этого лицом британского ритейлера целых два сезона была Кара Делевинь, но настойчивые слухи о ее скором уходе из мира моды подтолкнули бренд на поиск нового посла своей продукции. Долго искать не пришлось: у Джиджи 6 миллионов фолловеров в инстаграме, сотни фотосессий для ведущих изданий, а еще она икона стиля для тысяч современных девушек – пожалуй, лучшего союзника для Topshop и не придумаешь!





Новая жизнь Gucci

Всего за два сезона Алессандро Микеле удалось вернуть итальянскому дому былую славу! Конечно, его видение бренда и визуальный язык в корне расходятся с образом, над созданием которого многие годы трудились его предшественники, но имидж Gucci от этого только выигрывает – теперь это понятно всем и каждому. Вот и рекламная кампания осень-зима 2015-16 приятно удивила поклонников бренда своей простотой: вместо богатых декораций и неестественных поз на живых снимках фотографа Глена Лачфорда реальные городские пейзажи Лос-Анджелеса: платформа метро, салон старого автомобиля, немногочисленные улочки и, конечно же, пляж.





Джимми Нельсон для Ralph Lauren

Четыре года путешествовал по миру фотограф Джимми Нельсон с целью задокументировать на пленку все существующие сегодня малые народы и отрезанные от цивилизации племена. Оказавшись в сети, фотопроjekt «Пока они не исчезли» тут же привлек к себе внимание миллионов интернет-пользователей, и попался на глаза креативному директору Ralph Lauren. Собрав вместе съёмочную группу, моделей, стилистов и семью фотографа, он отправил всех поближе к Полярному кругу, в глубокую Финскую глушь. В успех подобной авантюры (Нельсон крайне редко берется за модные съемки, что уж говорить о крупных рекламных кампаниях) верили немногие, но, слава богу, опасения оказались напрасными.

