



VALENTINO

The power of risk

SOBRE LA MARCA

VALENTINO

Valentino Garavani, es una marca de lujo que siempre se ha caracterizado por darle una identidad especial a la mujer. Llevar un vestido suyo siempre es un sueño. Además de la gran influencia que tiene en el mundo de la belleza, por su famoso labial Rojo Valentino, categorizado como uno de los mejores rojos del mundo. Considero que en cuanto a moda tiene lo mejor de los dos mundos, la firma se originó en París y el creador es italiano, concretamente de Milán. Nada podía salir mal de esta marca.

ENEMIGO

La marca se caracteriza por ser atrevido, pero dentro de su comodidad. Dicen que siempre se arriesgan, pero realmente casi nunca salen de su zona de confort o de colecciones tirando a lo clásico. Solo han experimentado con otro tono este año y fue con el nuevo fucsia valentino.

INSIGHT

"El miedo nos limita"

Al analizar el mundo de pandora me di cuenta de que son una sociedad que vive sin prejuicios de apariencia. Solo hay que verlos, su definición de moda es un taparrabos, sin embargo, están llenos de energía, arte y comunidad. Nosotros por desgracia nos limitamos mucho por miedo. Miedo a las apariencias, a los estereotipos y a nosotros mismos.

CONCEPTO

"El Riesgo"

Con el riesgo me refiero a salir de lo común y lo convencional, a la innovación, a la adaptación, a nuevas formas de crear y de ver la moda. Valentino pocas veces ha fallado en sus colecciones, pero esto es porque no suele arriesgarse con ellas. Creo que no debemos estancarnos en lo que funciona y aventurarnos en nuevas experiencias como con esta colección.



AVATAR

EN QUE CONSISTE EL PROYECTO

Valentino es una firma de lujo que siempre se ha caracterizado por creaciones plagadas de detalles, lazos, plumas, plisados o volantes. Todo esto aspectos que van ligados a la marca. Otro rasgo importante es que la inspiración del diseñador siempre ha sido la mujer y el cine. Es por ello que propongo crear como campaña de branded content para estas fiestas una colaboración con la nueva película de avatar. Se trata del evento del año y se estrena en navidades, una fecha ideal para compartir momentos y vivencias con familiares y amigos, que si puede ser de la mano de Valentino mejor. Así que propongo esta colaboración como extensión de la nueva colección de navidad 2022 de la marca.

Considero que el arte, los colores y las composiciones de la película son clave para todos los creativos del mundo y sobre todo para el mundo de la moda. Avatar tiene muchas cosas en común con la marca, Valentino está asociado al rojo al igual que la película al azul. Quiero unir esos dos conceptos para crear una edición limitada en honor al evento que llevamos años esperando tras su debut en 2009. Quiero unir fantasía y lujo para generar sorpresa.

En teoría Valentino destaca por ser atrevido, pero siempre desde su zona de confort. Hace poco lanzaron el fucsia como su nuevo tono, pero nunca habían hecho algo así. Por tanto, veo el momento perfecto para seguir generando expectación.

Además 2022 nos ha regalado colaboraciones verdaderamente sorprendentes de la mano de marcas lujosas que nunca se habían arriesgado tanto. Fendi con McDonalds, Adidas con Prada, Gucci y The North Face. Algunas han sido todo un éxito, así que ¿Por qué no unir el estilo de Valentino con el arte único de Avatar?

LA CAMPAÑA

La campaña en sí consistirá en la creación de una colección limitada en colaboración con la saga Avatar, cogiendo el azul como tono protagonista en todos los productos. Crearemos desde ropa a complementos y maquillaje siguiendo la estética de la película.

La bioluminiscencia y los colores vivos en tonalidades azules del mundo de Pandora, serán la esencia de la colección. También jugaremos con texturas en relación con el mar que es parte fundamental de esta nueva historia. Los materiales serán todos ecológicos y bio.

Ejemplos de como me imagino la colección:



RELATO

Los Na'vi representan a seres inteligentes y curiosos como los humanos, pero a diferencia nuestra, su mundo es color y armonía, son uno con el entorno. No tienen miedos ni inseguridades, saben que forman parte de algo más grande que ellos mismos, son parte de un todo. Nosotros estamos continuamente limitándonos en nuestra jungla de hormigón. Tenemos miedo a sentir. A no ser capaces, a no creer en nosotros mismos o a la apariencia. Todavía nos queda mucho que aprender. Vivimos en una sociedad llena de opiniones. En Pandora eso no les determina, al contrario, les hace más fuertes. Es hora de liberarnos de la coraza, arriesgarnos y dar color a nuestra existencia.

Ser valiente es ser libre.

Libérate con nosotros.

STORYLINE

El estilo es el balance entre la proporción, la emoción y el riesgo. Así que arriégate y límitate a soñar, que la vida es demasiado corta para vestir de forma aburrida. Sino múdate a Pandora, ahí no existen prejuicios.

TAGLINE

"The power of risk"

Me quería salir un poco del concepto de la película, para crear algo que tuviera fuerza y que se viera reflejado la esencia de la colección. Con The power of risk quiero representar que no nos tenemos que acobardar al arriesgarnos en la vida, el vestirnos como queramos o tener nuestros propósitos por bandera sin sentir miedo nos hace poderosos. Valentino se está arriesgando mucho con esta colección, pero ese es el objetivo. Si no arriesgas no ganas.

FORMATOS DE BRANDED CONTENT

INFORMATIVO:

- Lanzamiento de la nueva colección en colaboración con la nueva película de Avatar.
- Vídeo de recomendaciones para vestirse en estas fiestas.

ENTRETENIMIENTO:

- La creación del desfile para mostrar la nueva colección junto con un vídeo recopilatorio de todo lo sucedido en el desfile.
- Capítulo en colaboración con Vogue, en el que se acompaña a la celebridad en la premier.
- Mupi interactivo y photocall colocado en los cines con el #ValentinoFotAvatar y #AvatarThePowerOfRisk para que la gente se saque fotos con el y suban contenido a sus redes.

EMOCIONAL:

- Minidocumental en el que se mostrarán los inicios del proyecto, desde cómo surgió la idea hasta la creación de las prendas etc.
- Concurso junto con 20th Century Studios en IG donde sortearemos tres entradas para ver el atelier de la marca y regalar pases para el estreno.
- En la premier habrá un dress code para la alfombra roja en el que solo se podrá vestir de azul. Aprovecharemos ese momento para vestir a todas nuestras celebrities con nuestra colección y así mostrarla de nuevo al mundo.
- Podcast en el que se entrevista al diseñador. Nos contará como vivió todo el proceso de creación de este proyecto, como se está sintiendo con la acogida del público y la relación que tiene con la película.

S3	15	Premier de la película	Emocional		x	x				Apareceremos en la premier en el photocall y haremos una colaboración con vogue para mostrar como se prepara una de nuestras celebrities para el estreno.		
	16	Estreno de la película	Engagement		x	x				Contenido en redes sociales anunciando que se ha estrenado la película y que disfruten de ella como hizo nuestro equipo en la premier del día anterior.	Por cada publicación en las redes sociales que se use #ValentinoForAvatar y #AvatarThePowerOfRisk, se donarán 1\$ a Greenpeace	Se donarán el 2% de las ganancias de la colección del mes de lanzamiento a asociaciones que protegen el ecosistema
	17											
18	Emisión del capítulo de VOGUE	Entretenimiento		x	x				Emisión del capítulo en el que se acompaña a la célebriti en la premier			
S4	19	Mupis interactivos y Photocoll en cines	Entretenimiento							Mupi interactivo y photocoll colocado en los cines con el #ValentinoForAvatar y #AvatarTheWayOfWater para que la gente se saque fotos con el y suban contenido a sus redes.		
	20					x						
	21	Actividad de inversión	Educativo							Haremos una exposición para todos los fanáticos de Avatar y Valentino. Duración de un mes.		
	22											
	23											
	24	Nochebuena	Engagement							Anuncio en redes felicitando las fiestas. E invitando a la gente a ir a ver la película de la mano de Valentino.		
	25	Navidad	Engagement			x						
S5	26	Video en YB prepárate para noche vieja	Informativo	x	x	x				Video mostrando como podrías combinar las nuevas prendas de la firma para lucir de la mejor forma para nochevieja.		
	27	Podcast: Minutes	Educativo		x					Podcast en el que charlamos durante pocos minutos sobre temas importantes y de interes como serian: Inseguridades a la hora de vestir, la fantasía, los estereotipos, la apariencia etc.		
	28	Pildoras en redes sobre la campaña	Comercial							Recordar a la audiencia la colección.		
	29	podcast	Emocional		x					Podcast en el que se entrevista al diseñador y cuenta como vivió todo el proceso de creación de este proyecto, como se está sintiendo con la acogida del público y la relación que tiene con la película.		
	30											
	31	Nochevieja	Egagement			x				Anuncio en redes del diseñador y los modelos más conocidos felicitando el año nuevo.		