

S I S L E Y

Da agosto in tutto il mondo
la nuova campagna firmata Terry Richardson

Sisley & Napoli: amore a prima vista

Ponzano, 7 luglio 2005. **Sisley** va alla ricerca dell'oro di Napoli. Il marchio sexy, brillante e di tendenza del Gruppo Benetton ambienta nella città partenopea la campagna autunno-inverno 2005. Una storia d'amore tutta italiana, firmata Terry Richardson, in cui l'eleganza glamour diventa stile di vita: nelle raffinate stanze di uno storico palazzo napoletano come nei vicoli e sulle scalinate di Spaccanapoli.

La pizza e gli *spaghetti sciùè sciùè*, il Vesuvio e la sceneggiata, *O' sole mio* e il Museo di Capodimonte, il romanticismo popolare e la cultura barocca: Sisley è una bandiera della bellezza mediterranea e dello stile italiano nel mondo.

La trama. Vicky e Nicole, una ragazza bionda e una mora, si perdono nel fascino eterno di Napoli.

"Femmene" dolci come lo zucchero intrecciano una storia d'amore con la città. Assaggiano spaghetti al pomodoro e pizza, si abbandonano alle carezze sacre e profane dell'immaginario partenopeo, flirtano con maliziosi Cupido di porcellana.

Nel frattempo Steve, un po' *guappo* e un po' *"surdato 'nnamurato"*, vive in solitudine la sua passione per l'atmosfera calda e inimitabile di Napoli.

Da soli o in compagnia, la parola d'ordine è: desidero quindi sono... E come Sisley insegna, spesso il desiderio è una questione di stile.

L'autore. Terry Richardson è tornato. *"A Napoli -come ama ricordare- le passioni fioriscono come i limoni. La sensualità regna sovrana, emerge prepotente e golosa come l'energia vitale dei napoletani. E le strade sono set naturali e spontanei, dove le immagini nascono già erotiche"*.

Richardson gioca con luminosi rossetti, camicie con ampie scollature, cappotti e tailleur spinati la cui severità rimanda a promesse sussurrate. E tutto -donne, uomini, i capi Sisley, le strade di Napoli- si trasforma in irresistibile oggetto di desiderio.

La produzione. Con l'art direction di Nikko e prodotta da Energy Project, l'intera campagna ancora una volta raggiunge un equilibrio quasi perfetto fra gioco e formalità, virtù e irriverenza.

Uscirà in tutto il mondo ad agosto in affissioni, doppie pagine, materiale per punti vendita, cataloghi da collezionare e poster mozzafiato.

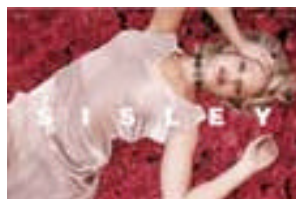
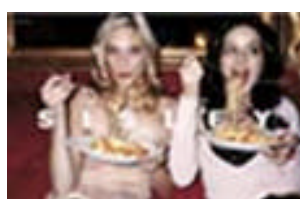
Per ulteriori informazioni: +39 0422 519036

www.benettongroup.com/press

www.sisley.com

Immagini in alta risoluzione disponibili nella sezione:

[Immagini - Collezioni - Sisley - Autunno/Inverno 2005-06 - Campagna Prodotto](#)



S I S L E Y

TERRY RICHARDSON

Terry Richardson è nato a New York nel pieno dei mitici anni sessanta. In un certo senso il suo destino di fotografo era già segnato alla nascita. La madre Annie Lomax fece per anni la stylist di moda; il padre, il famoso Bob Richardson, insieme a Helmut Newton e Richard Avedon, ha rivoluzionato la foto di moda negli anni settanta.

Una piccola macchina fotografica gliela mise in mano ancora adolescente proprio la madre. Fotografava il suo quotidiano nella maniera più spavalda e disinibita che si possa pensare, gli amici rockettari di Ojai in California dove allora viveva e coi quali aveva fondato una banda di cui ancor oggi porta la sigla tatuata sul petto "SSA" (Signal Street Alcoholics). Fotografava se stesso e gli altri con una manualità naturale, estemporanea e sfacciata.

C'erano già allora i germi del suo stile: sfrontato, aggressivo, disinibito, talvolta al limite del pulp, intriso senza metafore di esplicito erotismo, ma condito da una buona dose di autoironia che ne mitiga i contorni. Uno stile che può talvolta essere estremamente inquietante per la sua crudezza, ma che buca le pagine patinate delle riviste di moda, i cartelloni pubblicitari, intriga e attrae quanti hanno a che fare con Richardson.

Qualcuno lo ha giudicato un moderno Newton; lui stesso si autodefinisce rocktografo, miscelando in un gioco di parole la sua passione per le foto e per il rock. La sua tecnica è l'assenza di tecnica: l'obiettivo sono i suoi occhi, il suo carisma, la sua capacità di tirar fuori da chiunque e da se stesso attimi di verità, qualunque essa sia. Non usa artifici e sovrastrutture: ci sono lui, due instant-camera impugnate contemporaneamente e una voglia irrefrenabile di godersi la vita e di fissarne le emozioni sulla pellicola.

Ha firmato e firma campagne pubblicitarie per i più grandi marchi della moda. Lavora per le riviste di moda più prestigiose del mondo: Vogue Francia, Vogue Inghilterra, Harper's Bazaar, Allure. Ha fotografato le donne più belle e invidiabili della terra: Faye Dunaway, Catherine Deneuve, Sharon Stone.

Dal 1997 inventa insieme a Nikko Amandonico e realizza con le sue due macchine fotografiche le campagne pubblicitarie Sisley: storie pazzе, raccolte poi a ogni stagione in Diari, diventati oggetto di culto dei giovani.

Il suo sogno è girare un film, forse su se stesso, come ha recentemente rivelato dalle pagine del *New York Magazine*. In realtà è un sogno parzialmente soddisfatto: non è un mistero che abbia già usato la video camera per filmare alcuni videoclip per i Death, i Primal Scream e Jon Spencer Blues Explosion. E chissà che presto non lo vedremo esibire i suoi prodigiosi baffoni a manubrio e mettere a nudo i suoi misteriosi tatuaggi sul grande schermo. Sarebbe decisamente il meno che ci si può aspettare da lui.