



GENUINE SINCE 1937

RAY-BAN #PROUDTOBELONG

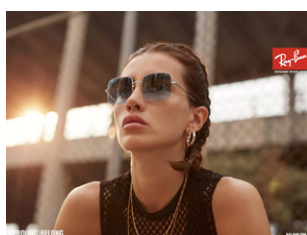
Percorsi unici ed emozioni universali: la campagna #ProudToBelong di Ray-Ban si concentra sui momenti della vita che ci consentono di ritrovare noi stessi e determinare il nostro senso di appartenenza.

Ognuno di noi sta percorrendo un viaggio unico. Indipendentemente dalla destinazione, una cosa è certa: sono i singoli istanti a definire il nostro percorso. Le risate, le corse e le lacrime sono i momenti che portano alla definizione di sé. Accogliendo ogni opportunità e buttandoci a capofitto in ogni parte del cammino possiamo ritrovarci e mostrare la nostra vera identità. Passando da un senso di appartenenza a uno di fierezza.

Celebrando gli attimi di condivisione che ci consentono di ritrovare noi stessi, la campagna #PROUDTOBELONG promuove tre sentimenti chiave che incarnano l'essenza delle montature Ray-Ban: la vulnerabilità e l'empatia, la passione e la gioia, l'orgoglio e la fiducia in sé stessi.

UNA CAMPAGNA PER RITRARRE IL SENSO DI APPARTENENZA

La campagna #PROUDTOBELONG è formata da diversi scatti:



Vulnerabilità ed empatia (Ray-Ban I-Shape Family – Square)

Un dolce sorriso di perdono. Essere sorpresi quando si è immersi nei propri pensieri. Incrociare lo sguardo amichevole di uno sconosciuto in una giornata no. Tutti questi scambi definiscono chi siamo. A volte, per provare un senso di appartenenza non si deve far altro che lasciarsi trovare.



Passione e gioia (Ray-Ban Wayfarer)

Quando è stata l'ultima volta che ti sei comportato come se nessuno ti stesse guardando? L'ultima volta che ti sei lasciato andare alla passione e alla gioia? La passione ha un effetto elettrizzante. Riaccende lo spirito. Sai cosa significa non pensare ad altro che al presente? Riuscire a essere sé stessi. Quindi goditi ogni istante. Fai spazio alla tua vera natura.



Orgoglio e fiducia in sé stessi (Ray-Ban Wings)

Sempre a testa alta, sicuro di ogni passo: quando non hai paura di farti notare, ti pervade un senso di appartenenza. Fiero di tutto quello che hai scelto, finalmente libero di essere te stesso. Quando ti senti sicuro, ogni cosa sembra essere al posto giusto. Punta in alto e non avrai mai più bisogno di fare marcia indietro.

I prodotti disponibili sono:



RB1971 – Ray-Ban Square

Direttamente dagli anni Settanta, la famiglia I-Shape fa il suo ritorno con una montatura squadrata oversize destinata a non passare inosservata. Con una semplice struttura in metallo abbinata alle nuove lenti Evolve in versione sfumata, Ray-Ban Square sfoggia uno stile grintoso come le sue origini.



RB2140 – Ray-Ban Wayfarer

I Ray-Ban Original Wayfarer Classic sono tra i modelli più noti e riconoscibili nella storia delle montature da sole. Sin dal loro debutto, avvenuto nel 1952, questi occhiali iconici hanno conquistato celebrità, musicisti e artisti trasformandosi in un simbolo di passione, autenticità e stile leggendario.



RB3697 – Ray-Ban Wings II

Questa ricercata montatura squadrata con esclusive lenti sfumate a specchio è pensata per lasciare il segno e trasmettere un senso di sicurezza. Le aste e il doppio ponte flat, così come il logo Wings II stampato sulla lente, sono garanzia di un look destinato a conquistare il centro della scena.

Info su Ray-Ban:

<https://www.ray-ban.com>
Facebook.com/RayBan
Twitter.com/ray_ban
Instagram: @rayban

Luxottica Group S.p.A.

Luxottica Group è leader nel design, produzione e distribuzione di occhiali di fascia alta, di lusso e sportivi, con un portafoglio marchi forte e ben bilanciato sia di proprietà, tra cui Ray-Ban, Oakley, Vogue Eyewear, Persol, Oliver Peoples e Alain Mikli, sia in licenza, come Giorgio Armani, Burberry, Bulgari, Chanel, Dolce&Gabbana, Ferrari, Michael Kors, Prada, Ralph Lauren, Tiffany & Co., Valentino e Versace. Oltre a una presenza wholesale globale che tocca più di 150 Paesi, il Gruppo gestisce un esteso network retail, comprendente circa 9.100 negozi: LensCrafters e Pearle Vision in Nord America, OPSM, LensCrafters e Spectacle Hut in Asia-Pacifico, GMO e Óticas Carol in America Latina, Salmoiraghi & Viganò in Italia e Sunglass Hut in tutto il mondo. Con circa 82.000 dipendenti nel mondo, Luxottica Group ha chiuso il 2018 con un fatturato di circa 9 miliardi di Euro. Per ulteriori informazioni sul Gruppo: www.luxottica.com.