

# Mercedes SL icona di moda

*La Casa di Stoccarda presenta la Fashion Campaign e lo spot per la stagione autunno/inverno 2016 che vede protagoniste la Mercedes-Benz SL, immortalata dal fotografo americano Jeff Bark, e la top model russa Natasha Poly che indossa capi in latex della designer giapponese Atsuko Kudo.*

La nuova Fashion Campaign di **Mercedes-Benz**, intitolata '**Obsession with an Icon**', si concentra sulle inconfondibili forme della **SL**. Il design caratteristico della vettura, scandito da linee sinuose e curve sensuali è sapientemente sottolineato dal lattice che la avvolge. Un materiale lucido che ne accarezza le forme, semplicemente perfetto per trasmetterne la dinamicità. Accanto alla SL viene immortalata la modella **Natasha Poly**, fasciata in un abito in latex che aderisce al corpo come una seconda pelle. Spot e scatti esprimono al meglio l'impegno della Casa di Stoccarda nel settore fashion a livello mondiale. La stagione autunno/inverno 2016 ruota intorno al tema 'Obsession with an Icon', che viene ripreso dalle collezioni portate sulle passerelle di tutto il mondo e si adatta alla perfezione allo stile inconfondibile della leggendaria Mercedes-Benz SL.



Le immagini usate per la campagna, ambientate a **Miami**, si distinguono per il gioco tra gli effetti cromatici e lo stile iperrealistico che richiama la pop-art tipica di **Jeff Bark**. Il fotografo già conosceva le creazioni in latex della designer Atsuko Kudo, oggetto di suoi precedenti shooting. “Nel mio lavoro tutto si gioca su luci e colori, ed è per questo motivo che ho scelto di enfatizzare forme e tridimensionalità della vettura, utilizzando il latex come fosse una seconda pelle così da poter osservarne le linee in una nuova prospettiva”. Ancora una volta, per Bark l’obiettivo di questo progetto è l’esplorazione di nuovi confini. “Ciò che rende così interessante lavorare con Mercedes-Benz è il fatto che ogni campagna sia completamente diversa. L’obiettivo è sempre dar vita a qualcosa di assolutamente originale e senza precedenti. Un’autentica icona non è l’oggetto del desiderio di un singolo, ma un must have condiviso. E uno dei tratti distintivi di Mercedes-Benz è appunto quello di essere un Marchio amato ed ammirato dal pubblico di tutto il mondo”.

Jeff Bark ha deciso di ambientare la campagna in una cava, scelta legata all’evidente contrasto tra l’asperità del luogo e l’eleganza delle linee della SL. “Cercavo una location che valorizzasse al meglio l’estetica

della vettura ed in questo caso l'impresa non è stata difficile, data la sua bellezza! Inserendola in un ambiente che non rispecchia i canoni della bellezza classica, ho così evidenziato i punti di forza della SL". Coprotagonista accanto alla Mercedes-Benz SL della Fashion Campaign è Natasha Poly, splendida nel suo aderente outfit in lattice blu pavone. La famosa top model è orgogliosa ed "onorata di essere entrata a far parte della grande famiglia Mercedes-Benz e di essere testimonial di questa magnifica campagna dedicata ad un'icona dell'automobile. Indossando questo abito, disegnato da Atsuko Kudo, mi sento potente come un supereroe e allo stesso tempo estremamente sexy".



Le **creazioni in latex** utilizzate per ricoprire l'auto e vestire la modella portano la firma di **Atsuko Kudo**. La designer di origini giapponesi, residente ora a Londra, è nota per il suo approccio unico a questo materiale che esalta le forme di chi lo indossa. I suoi modelli realizzati a mano sono stati indossati da star del calibro di Beyoncé, Kate Moss e Lady Gaga. Quando la Stella l'ha invitata a prendere parte alla campagna moda per la nuova SL, Atsuko Kudo ha subito individuato sinergie tra la vettura e le sue creazioni. "Sono molto simili", ha affermato Kudo, "entrambe sexy, piene di curve ed extralucide." Con 130 metri quadrati di latex su misura ricavato da cinque diversi strati di tessuto meticolosamente incollati e lucidati a mano ad avvolgere la vettura ci troviamo di fronte ad una campagna autunno/inverno 2016 che coniuga con naturalezza un concept audace ed innovativo ad un autentico virtuosismo tecnico.

"La SL incarna il mito della Stella come nessun'altra vettura. Pensiamo, ad esempio, alla leggendaria 300 SL o agli immortali modelli Pagoda. Icone come la SL sono senza tempo, ma si reinventano giorno dopo giorno, forti di un design innovativo, **attirando lo sguardo di tutti al loro passaggio**", ha dichiarato **Jens Thiemer, Vicepresidente Marketing Mercedes-Benz Cars**. "Proprio queste caratteristiche sono al centro della nostra Fashion Campaign che ritrae la nuova SL"