

Yamamay

Inclusività e body positivity Yamamay presenta 'Everybody'



Milano, 20 Agosto 2019. Yamamay, attraverso la nuova campagna autunno 2019, continua quel percorso iniziato lo scorso anno volto a comunicare la trasformazione del concetto di bellezza da stereotipo a sentimento intimo e personale. Yamamay sceglie quindi di reinterpretare i canoni di bellezza dando spazio ad una moda inclusiva, pensata per tutte le donne indipendentemente dalla taglia che indossano, dalla loro età anagrafica e dalla loro etnia. La bellezza si trasforma così in 'confident', diventando una questione legata allo stare bene con sé stessi più che all'apparire. E per comunicare questo messaggio di inclusività e body positivity, Yamamay sceglie la danza, un mezzo artistico d'impatto che ha appunto il corpo come protagonista assoluto.

4 ballerine di successo diverse per età, etnia e fisicità, guidate da **Georgina Rodriguez**, già testimonial della campagna Yamamay primavera/estate 2019, danzano insieme indossando i capi della collezione Yamamay Basic e moda autunno 2019, sui passi di una coreografia ispirata agli anni '90, reinterpretata in chiave contemporanea e molto sexy:

- **Giulia Pauselli**: classe 1991, fiorentina di nascita, lanciata da 'Amici', nel 2014 è diventata una delle star del 'Crazy Horse' di Parigi, un corpo plasmato dalla danza e un sorriso che illumina. L'amore per la danza è nato grazie alla nonna che, quando lei era piccola, lavorava presso il teatro Comunale di Firenze e spesso la portava ad assistere agli spettacoli.
- **Greta Zuccarello**: trevigiana, ballerina classica è diventata in tempi brevi 'principal dancer' della compagnia newyorkese di danza Perdidance Contemporary Dance Company. Occhi magnetici, gambe lunghissime e un'energia unica.

- **Becky Namgauds:** inglese, danzatrice, coreografa internazionale e movement director. Famosa per le sue coreografie sperimentali che mettono in scena il potere femminile, Becky, tutt'altro che filiforme, rappresenta l'emblema dell'evoluzione dei canoni e degli stereotipi da sempre associati alla bellezza e alla danza femminile.
- **Demi Rox Mensah:** considerata una delle più belle donne africane, si è esibita spesso accanto a pop star, nel 2019 ha partecipato al tour delle Spice Girls.

Gli scatti e il video ritraggono corpi tutt'altro che stereotipati, artiste con storie diverse accomunate da un unico, forte messaggio: diverso è bello, bisogna apprezzarsi per come si è, vivere una vita sana senza avere un modello estetico da raggiungere, rispettare se stessi e gli altri, valorizzarsi, anziché mortificarsi perchè non si rientra in un determinato canone estetico.

'Per Yamamay questa non è solo una campagna pubblicitaria, è un progetto che si inserisce in un percorso volto a dare voce a tutti. Le collezioni Yamamay sono infatti disegnate for everybody e for Every Body, per qualsiasi tipo di corpo. Insomma, per chiunque senza distinzioni di sorta: la diversità è bella, ognuno vale per ciò che è. Per comunicare questo messaggio in un modo ancora più forte, abbiamo scelto delle ragazze molto diverse tra loro e un linguaggio di comunicazione, la danza, che si discosta da quelli che sono i tradizionali linguaggi della moda. Abbiamo chiesto a Georgina di guidare il corpo di ballo perché abbiamo pensato che potesse essere la testimonial perfetta per veicolare il messaggio di body positivity che volevamo trasmettere: Georgina infatti è bella nel suo essere naturale, nel suo essere diversa, nella sua 'confident beauty'. Gianluigi Cimmino, Ceo di Pianoforte Holding

'Ho scelto di partecipare al progetto perché ho pensato che questo shooting, oltre ad essere la naturale evoluzione del percorso iniziato con Yamamay con la collezione primavera/estate 2019, potesse essere un'opportunità per farmi portavoce di un messaggio in cui credo molto: l'importanza dell'accettazione del proprio corpo e la conseguente valorizzazione dell'unicità di ciascuno di noi, al di là di ogni modello e stereotipo. E tutto questo l'abbiamo comunicato ballando, il che ha reso il messaggio ancora più forte ed incisivo: la danza e la moda possono fare molto insieme'. Georgina Rodriguez

La direzione creativa del video è di Ilona Mcilwain, il coreografo Simon Donnellon, gli scatti sono stati realizzati dal fotografo Alfonso Ohnur. La campagna sarà declinata sui vari mezzi di comunicazione del brand a partire dal 20 di agosto: stampa, affissioni, cataloghi, vetrine, sito internet e social networks.

In allegato il video della campagna.