

every every DAY BODY GENERATION



Febbraio 2022. Da più di 20 anni Yamamay, attraverso le proprie collezioni e le campagne pubblicitarie, celebra la bellezza femminile, le donne nelle loro mille sfaccettature, senza distinzioni di età, etnia e fisicità. Proprio per veicolare questo messaggio, nel corso degli anni, il brand ha scelto di far interpretare le collezioni non solo a testimonial famose ma anche a donne comuni, a bellezze mediterranee ma anche esotiche, a donne di tutte le età, giovani ma anche più mature, tra loro molto diverse, perché una delle caratteristiche del **brand** è proprio la sua **capacità** di essere **trasversale** ed **inclusivo**.

E oggi con la nuova campagna **'everyday, everybody, every generation'** il brand decide di andare oltre, di compiere un passaggio in più, riflettendo su un tema importante e di grande attualità: le **generazioni** e il loro continuo confronto, che rappresenta, trasversalmente, ad ogni età e in ogni momento della vita, un'opportunità di crescita e di arricchimento.

Il progetto, nato anche dall'ispirazione e dallo studio del libro di Federico Capeci *'Generazioni'*, (FrancoAngeli, 2020) è un **inno** alla **sinergia intergenerazionale**: un racconto corale che ha per protagoniste 6 donne - Elena, Sofia, Gloria, Soda, Ilaria e Stella - che fanno parte di 3 generazioni diverse - X, Y e Z - con fisicità e attitudini differenti, ma accomunate dalla stessa energia, dalla stessa voglia di celebrare la vita nella sua semplicità quotidiana ed ovviamente da una stessa collezione di intimo, la **collezione Basic** di Yamamay, capace di abbracciarle e di vestirle tutte. Una stessa collezione può infatti essere interpretata in modo diverso a seconda della personalità e dell'età delle protagoniste: così uno slip in cotone, per esempio può essere confortevole per una cinquantenne e diventare sexy per una ventenne, un body può essere abbinato in modo diverso a quaranta o a vent'anni e così via, a testimonianza del fatto che le collezioni Yamamay, grazie alla loro versatilità, riescano ad incontrare i gusti di persone che appartengono a generazioni diverse.

*'Il nostro brand crea da più di 20 anni una moda vera da indossare e vivere ogni giorno, una moda inclusiva che grazie alle sue caratteristiche altamente tecniche e funzionali ha la capacità di adattarsi alla fisicità e di incontrare le esigenze di tutte le donne, di accompagnarle e di rappresentarle nella vita di tutti i giorni. Tramite la nuova campagna **'everyday, everybody, every generation'**, Yamamay vuole comunicare, ancora una volta, la sua capacità di essere inclusivo, trasversale e transgenerazionale: per questo ci siamo immaginati un dialogo tra donne di generazioni diverse, che reinterpretassero i tratti distintivi e i codici della nostra moda.'*

Gianluigi Cimmino
Ceo di Yamamay e Carpisa

Nelle immagini e nei video, le protagoniste indossano alcuni dei modelli di queste serie: Orchidea, Principessa, Space, Sculpt, Althea, Butterfly, Justin, Innergy e Cristiana.

yamay