

BURBERRY

PRESS RELEASE

バーバリーが 2011 年春夏キャンペーンをスタート

1 月 16 日（日本時間）にメンズ・ミラノコレクションをライブストリーミング

【2011 年 1 月 14 日ロンドン発】「新しいキャンペーンでは、世界中に広がるバーバリーファンの多様性をグローバルな目線で捉えることをコンセプトに、ダイナミックで先進的なイメージを作りました。月ごとに替わるモデルには、それぞれに個性とアイデンティティを持ったイギリス人を起用し、バーバリーが持つ多面性を表現しました。また、撮影が行われたブライトンビーチにはイギリスの伝統であるアウトドア・カルチャーのメッセージが込められています。風景、個性 豊かな新進気鋭のモデル、そしてプロテクションとして愛用され、永い歴史を持つ様々なアウターウェア、これらすべてが見事に融合しています。」

クリストファー・ベイリー、チーフ・クリエイティブ・オフィサー

本日、バーバリーの 2011 年春夏キャンペーンがスタートしました。今回のキャンペーンは月ごとにテーマが設定されるマンスリー・フロー形式で、オンライン、オフラインのメディア、並びに店頭で一貫したイメージを打ち出します。また、キャスティングも月ごとに新しい顔ぶれが登場します。

マリオ・テスティエノが手がけたキャンペーンは、イギリスを代表する海の町ブライトンのビーチで撮影されました。第一弾のイメージでは ウィメンズにカーラ・デレヴィーニュ、メンズにジェイコブ・ヤングの新進気鋭モデルを起用し、イギリスらしい風景と空模様を捉えたビジュアルに仕上がっています。

キャンペーンには、バーバリー プローサム、バーバリー ロンドン、バーバリー ブリット、アクセサリーコレクションと、バーバリーが持つ幅広いプロダクトラインがフィーチャーされています。キャンペーンビジュアルはバーバリーの公式サイト（Burberry.com）のマルチ・フェイス画面よりご覧いただけます。

また、Burberry.com では 1 月 16 日午前 1 時（日本時間）よりミラノで行われる 2011 年秋冬バーバリー プローサムメンズコレクションのライブストリーミングを行うほか、ショー終了直後よりランウェイで発表されたばかりのアウターウェアとバッグを予約・購入できる e コマースを展開します。商品はオーダーの約 2 ヶ月後、店頭で購入するよりも極めて早いタイミングでグローバルに広がるハイエンドファッションのファンに届けられます。

1856年創立のバーバリーはロンドン本社を拠点とし、ロンドン証券取引所FTSE100銘柄に指定されています。

バーバリー公式サイト

burberry.com

facebook.com/burberry

twitter.com/burberry_japan

youtube.com/burberry

本件に関するお問い合わせ

バーバリー・インターナショナル株式会社 マーケティング & PR

土田暁子：akiko.tsuchida@burberry.com

中村仁美：hitomi.nakamura@burberry.com

新保武志：takeshi.shimbo@burberry.com

TEL: 03-6741-1870（直通）