CARRERA, marchio internazionale icona di stile nel fashion eyewear, presenta la nuova campagna di comunicazione worldwide: immagini di forte impatto, tra intensi riflessi di luce e colori solari, attireranno l'attenzione del pubblico in tutto il mondo. Ideata e realizzata da MRM Wordwide Italia, la Digital Thinking Agency del gruppo McCann Worldgroup, la campagna presenta un messaggio diretto ed efficace, grazie a una headline chiara e coinvolgente: "SHINE ON", un'esortazione a brillare di luce propria, a vivere la vita con intensità e personalità, indossando gli occhiali da sole e le montature da vista CARRERA. Scandita da inquadrature originali, la campagna ritrae ragazzi e ragazze in una urban location illuminata da una luce calda che avvolge tutto ciò che incontra e che sottolinea lo spirito dinamico e timeless del marchio CARRERA. Uno spirito che affonda le radici nel 1956, anno di nascita del brand che da allora ha saputo crescere e svilupparsi nel settore dell'eyewear e dello sport conservando al contempo la sua anima "on the road", energica e sempre proiettata alla ricerca della performance vincente. Ecco perché oggi CARRERA rappresenta il brand di riferimento per chi vuole essere autentico e alla moda, ma senza compromessi. Il contesto urbano rappresenta il setting ideale della campagna: i protagonisti dal look giovane e cool conquistano con un forte appeal, in tema con il mood degli occhiali da sole e da vista che indossano; sicuri di sé, emanano una potente energia vitale che sembra parte della loro stessa essenza. Il roll out della campagna "SHINE ON" è atteso per metà marzo 2010 e si svilupperà attraverso un mix ampio e completo di mezzi sia in Europa che negli Stati Uniti. In particolare, oltre a un'importante campagna stampa e outdoor nelle location internazionali più trendy, da Miami a New York, da Barcellona a Parigi a Milano, è prevista una consistente implementazione del canale digital, con il lancio del nuovo sito carreraworld.com e di un'articolata piattaforma social media che porterà il brand sempre più vicino al proprio pubblico. A completare il progetto, sono in programma eventi speciali, un'intensa attività di pubbliche relazioni e product placement musicale, unitamente a coinvolgenti attività di guerrilla marketing. In Italia, poi, si aggiunge la presenza nei più importanti cinema multisala con uno spot di 30" studiato ad hoc per questo mezzo e sui campi di calcio di serie A attraverso la brandizzazione degli spazi all'interno degli stadi di 5 società. La campagna racconta il mondo dei "Fast-Laners": giovani uomini e donne che vivono velocemente e sempre al massimo, prediligono uno stile personale che va al di là delle mode del momento. Le nuove immagini trasmettono lo spirito del marchio CARRERA: il brand di chi non ha paura di vivere la propria vita al massimo, sulla corsia di sorpasso, con la lancetta della passione sempre su di giri.Per la prossima stagione CARRERA presenta proposte originali e stylish: tra stile inconfondibile e materiali ricercati, i nuovi modelli eyewear conquistano con un design vincente. La collezione di occhiali da sole e montature da vista CARRERA, disegnata da Enzo Sopracolle, è prodotta e distribuita dal Gruppo Safilo.