



Dalmau, en el centro, con los protagonistas del rodaje. S.E.

>El diseñador catalán y el estudio Grito Visual colaboran con la empresa de Cofita

# Alta costura y manzanas en el castillo de Loarre

## Villa Pepita promociona sus frutas con un vestido de novia de Jordi Dalmau

JAUME GARCÍA CASTRO

**LOARRE.** La mañana es apacible, hace un día espléndido, perfecto para hacer una excursión. Los turistas que se han acercado hasta el castillo de Loarre se encuentran con la visión panorámica del magnífico monumento histórico, pero a medida que se acercan al conjunto arquitectónico ven una imagen poco usual en un bosque cercano a la entrada principal.

El diseñador catalán Jordi Dalmau se acercó esta semana hasta Loarre para trabajar, junto con la agencia de diseño y comunicación Grito Visual, la imagen corporativa de Frutas Villa Pepita. Para ello eligieron esta fortaleza y sus alrededores para recrear una serie de escenas que recordarán los cuentos infantiles, con princesas, caballeros, espadas, cotas de malla y manzanas. La manzana es el símbolo del pecado original, el fruto prohibido, la fruta de la discordia, del amor, del deseo, la manzana envenenada de los cuentos, el fruto carnoso, jugoso, dulce y ácido al mismo tiempo. Es también la inspiración del vestido que aparece en las fotografías.

Hace ya seis años que Dalmau realiza trajes con patrocinadores que le ayudan a costear los gastos de los desfiles, a cambio él bautiza con el nombre del pa-

trocinador el traje en cuestión, inspirado en la actividad de la empresa. El propio Jordi Dalmau explicó que “hay que buscar las sinergias y que nos interese a las dos empresas fusionarnos. Cuando vimos el logotipo que hizo Grito Visual para Villa Pepita enseguida vi que me podía inspirar en el rojo de una manzana y que luego, cuando se desmonte el vestido, sea como pelar una manzana. Nació así el diseño de este traje”.

Villa Pepita es un traje de novia extremo, elegante, excesivo, al mismo tiempo barroco y minimalista, una auténtica delicia a los ojos, un traje 100 % Jordi Dalmau. Forma parte de la colección Euphoria para 2015 presentada en la Barcelona Bridal Week 2015 ‘Gaudí Novias’ y, en realidad, es un traje y medio. La sobrefalda está realizada a mano con entre 100 y 150 metros de tela. Cuando se quita queda un precioso vestido de fiesta. Ara Jurado, Miss Córdoba 2009, de la agencia Jortiz Management, es la modelo que luce el vestido para la ocasión, la acompaña ante la cámara Ángel García, Mister Zaragoza 2012, ataviado de caballero medieval, con una pesada cota de malla. Ambos fueron preparados para la ocasión por los estilistas de Inis Peluqueros. Durante toda la mañana del pasado martes el equipo fue realizando, en las



Rodaje en los alrededores del castillo de Loarre. S.E.



El castillo de Loarre acoge la grabación del anuncio. S.E.

diferentes localizaciones previamente escogidas, el grupo de fotografías que servirán para crear la editorial gráfica de Frutas Villa Pepita para esta temporada. Un grupo de jinetes templarios con sus respectivos caballos, pertenecientes a la empresa literana Medievalia, ayudaron a completar el ambiente necesario para recrear las escenas de fantasía medieval.

Dalmau quería imágenes fuera de lo común, imágenes aso-

ciadas a movimiento, escenas con acción, una especie de foto-novela medieval, que explicara una historia. “Lo que queremos es que sean cosas diferentes. Yo llevo catorce años en este mundo y siempre la misma editorial es aburrido. Queremos que sea diferente. En ésta me lo he pasado pipa, no me lo había pasado nunca tan bien con esta gente”, afirmó el diseñador al finalizar la sesión de trabajo.

De nuevo, el diseñador ha depositado la confianza en la joven fotógrafa de Grito Visual, María Bailac, de Binéfar, encargada de la realización de las imágenes que darán vida a esta campaña. Dalmau señaló que “me gusta abrir camino a otros profesionales, tal y como me ayudaron a mí en su momento”.

Carmen Fortón, diseñadora gráfica de Grito Visual, comentó que el hecho de haber fusionado la alta costura con una empresa

dedicada al mundo de la fruta de calidad, era un hecho de por sí insólito. “Teniendo a Frutas Villa Pepita que es de Cofita y es de la zona, buscamos un paraje cercano que pudiera fusionar ambas ideas. Como otro de los patrocinadores es una empresa californiana que produce fresas en Huelva, ya hicimos en esa editorial un trabajo en el campo, mostrando el cultivo de la fresa. En esta ocasión teníamos que hacer algo diferente. Así es como surgió la idea de la manzana como fruta prohibida, enmarcarlo dentro de un cuento, pero hecho a nuestra manera”, apuntó Fortón.

La empresa californiana está muy satisfecha del trabajo realizado por Grito Visual, lo que supone el salto hacia el mercado estadounidense de esta joven empresa. A pesar de este hecho, Carmen Fortón tiene muy claro que su objetivo preferente en estos momentos es consolidarse en el mercado español, por eso insisten en hacer un trabajo muy cercano, arraigado en la tierra y en lo que conocen, “Teniendo un castillo como el de Loarre, que es muy difícil encontrar otro como éste porque sólo lo tenemos aquí, ¿por qué no aprovechar nuestra tierra y nuestra historia para fomentar el castillo y los productos de la tierra?”, recaló la diseñadora gráfica.

Loarre no fue la primera opción, pero a medida que iban diseñando el contenido de la editorial se hizo evidente que sería el escenario perfecto. Además, Frutas Villa Pepita y el castillo de Loarre ya estaban trabajando con anterioridad en una próxima campaña de fomento del deporte y del consumo de fruta para niños y niñas, así que el camino ya estaba trazado.

Esta editorial será la imagen de la campaña de las manzanas de Villa Pepita que empezará a partir del mes de julio y marca la continuidad del trabajo de la empresa de Cofita con el estudio de diseño y comunicación que es el encargado de renovar y poner al día la imagen de una empresa que lleva 50 años endulzando la vida de los oscenses con su fruta.

>Las escenas promocionales recordarán los cuentos infantiles