NUDE PROJECT

10 Ferb, 2026

Creative Presentation

Presented By: Miriam, Camila y Claudia

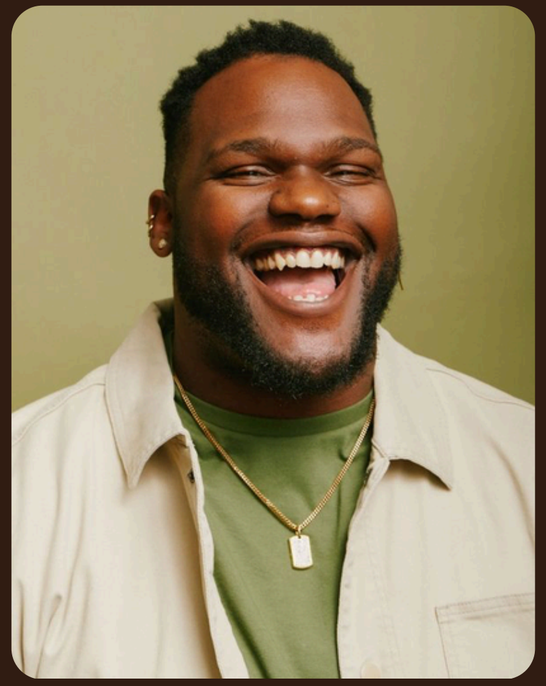
Miami Ad School - Creative Strategic Planning











¿CUÁL DE ESTAS PERSONAS ES EL ARTISTA?





























Nude Project

EL STREETWEAR

La razón de ser de este estilo artistico dentro de la industria fashion.

El streetwear no nace en la moda. Nace fuera del sistema, en los márgenes culturales.
A finales de los años 70 y principios de los 80, el streetwear empieza a tomar forma en varios puntos del mundo al mismo tiempo, siempre ligado a escenas creativas independientes

El denominador común nunca fueron las marcas. Nunca fue el dinero ni la aspiración.

Fue la gente creando para la gente.

El streetwear original:

- No intentaba gustar a todos.
- No prometía nada.
- No construía relatos aspiracionales.
- No vendía una vida mejor, daba una identidad compartida.
- No hablaba desde arriba: hablaba desde dentro.



















Y entonces...

NUDE PROJECT

cómo nace la marca dentro de este contexto o moviemiento artístico

Y su origen conecta precisamente con ese streetwear previo a la industria.
NUDE PROJECT nace como una expresión generacional. Como una forma de decir algo cuando no había muchos espacios para hacerlo.

Dos chavales jóvenes, sin estructura, sin herencia cultural "legitimada" por la industria, usando la ropa como excusa para expresar una sensación compartida: desorientación, inconformismo, ganas de pertenecer a algo propio.

Al igual que el streetwear original, su punto de partida no es la aspiración, sino la identificación. No busca gustar a todos, busca reconocerse entre iguales. La ropa funciona como vehículo, no como fin.













Pero aquí aparece el primer quiebre.

Cuando ese impulso inicial — crear desde dentro, para los tuyos — empieza a convertirse en producto, en narrativa y en sistema, el propósito que definía al streetwear en su origen empieza a diluirse.





Y entonces...

NUDE PROJECT

cómo nace la marca dentro de este contexto o moviemiento artístico

Y su origen conecta precisamente con ese streetwear previo a la industria. NUDE PROJECT nace como una expresión generacional. Como una forma de decir algo cuando no había muchos espacios para hacerlo.

Dos chavales jóvenes, sin estructura, sin herencia cultural "legitimada" por la industria, usando la ropa como excusa para expresar una sensación compartida: desorientación, inconformismo, ganas de pertenecer a algo propio.

Al igual que el streetwear original, su punto de partida no es la aspiración, sino la identificación. No busca gustar a todos, busca reconocerse entre iguales. La ropa funciona como vehículo, no como fin.

EL STREETWEAR EN ESPAÑA

Todas las marcas de streetwear españolas están pasando por un problema similar y Nude Project no es un caso aislado.

Hoy el streetwear en España vive una crisis de identidad. Con el tiempo, el streetwear entra en el sistema de la moda y del marketing.
"Todas las marcas de streetwear hacen lo mismo." Y ahí se produce la ruptura.

El streetwear deja de ser algo que sucede y pasa a ser algo que se vende.

- Mismos cortes
- Mismos colores
- Mismos drops
- Mismo lenguaje
- Mismo ego competitivo entre marcas

Las marcas ya no compiten por el consumidor, **compiten entre ellas por ver quién "mola más"** dentro del microecosistema streetwear.



EL STREETWEAR EN ESPAÑA

Todas las marcas de streetwear españolas están pasando por un problema similar y Nude Project no es un caso aislado.

Hoy el streetwear en España vive una crisis de identidad. Con el tiempo, el streetwear entra en el sistema de la moda y del marketing.
"Todas las marcas de streetwear hacen lo mismo." Y ahí se produce la ruptura.

El streetwear deja de ser algo que sucede y pasa a ser algo que se vende.

- Mismos cortes
- Mismos colores
- Mismos drops
- Mismo lenguaje
- Mismo ego competitivo entre marcas

Las marcas ya no compiten por el consumidor, **compiten entre ellas por ver quién "mola más"** dentro del microecosistema streetwear.



RESULTADO: EL STREETWEAR HA PASADO DE SER CULTURA A SER ESTÉTICA VACÍA IRRELEVANTE.

LA GEN Z

El contexto de nuestro target es clave:

XATACA

La generación Z es a un tiempo la más conectada y la que se siente más sola de la historia. Y no tiene nada de casual

Tener muchos seguidores en Instagram no es sinónimo de vivir acompañado





El 46% de los jóvenes de la Generación Z se siente excluido o desconectado de su entorno.



El 40% reconoce no tener a nadie de confianza a quien acudir cuando necesita apoyo emocional.

International Health Study de Cigna Healthcare.

Conectados, pero solos

La Generación Z nunca estuvo tan conectada y, sin embargo, nunca se sintió tan aislada. Entre seguidores, likes y pantallas, faltan vínculos reales, espacios de comunidad real y confianza con apoyo emocional. La hiperconexión no ha llenado el vacío: solo lo ha hecho más visible.

TRENDENCIAS

Existe una muestra más de que la Generación Z se siente miserable: han cambiado su curva de la felicidad por una línea recta

LA PROMESA DE NUDE PROJECT

Su valor diferencial era su comunidad:

"No somos solo una marca de ropa; somos un universo donde la comunidad está en el centro."

-Álex Benlloch y Bruno Casanovas



Y POR UN TIEMPO CUMPLIERON ESA PROMESA:







Construyeron un **ecosistema completo** alrededor del producto: ropa, eventos, podcast, cerveza.



Capitalizaron el auge del streetwear y una **estética diferencial.**

El Español

Los empresarios de moda que no tienen rival: así son Bruno y Álex, los creadores de Nude Project

Crónica Global

La marca de moda Nude Project da el salto al mercado internacional

Alcanzaron un **éxito masivo en solo 7 años, validado por cifras** (+26M€ de facturación)

UN ÉXITO VESTIDO POR REFERENTES CULTURALES GLOBALES







Nude Project, la marca catalana que viste a Rauw Alejandro, Karol G y Bad Gyal

CRÓNICA GLOBAL

Álex y Bruno (Nude Project), la marca que visten Victoria Federica y Madonna: «Hemos creado un movimiento»

COOL LIFESTYLE

Nude Project ficha a Ronaldinho para su nueva colección cápsula

FASHION NETWORK

EL RÁPIDO ÉXITO TRAJO UNA **DESVIACIÓN ESTRATÉGICA**

La marca pasó de crear **espacios de pertenencia...**



Campaña “Sorteo de ropa para toda tu vida” 2021

...A representar un ideal de éxito aspiracional.



Campaña “Dos españas” 2025

“BY ARTISTS, FOR ARTISTS”

Su posicionamienot cambió
de enfoque

- Sus “for artists” empezaron a ser figuras públicas con estilos de vida inalcanzables.
- **Dejaron de acompañar a su comunidad**. Aquella que habían puesto en el centro del relato.
- Empezaron a **hablarle desde arriba**.



NO CUMPLIERON **SU PROMESA**

*“No somos solo una marca de ropa; somos un **universo donde la comunidad está en el centro.**”*

Álex Benlloch y Bruno Casanovas



PROMETÍA comunidad, pero entregaba **validación simbólica**.



PROMETÍA cercanía, pero construía **admiración**.



PROMETÍA red, pero ofrecía **escenario**.

EL PROBLEMA REAL

NO ESTÁ EN EL QUÉ

- No es la ropa.
- No son los eventos.
- No es el podcast.
- No es el éxito

ESTÁ EN EL CÓMO

- Cómo se relaciona con su comunidad.
- Cómo ocupa el espacio cultural.
- Cómo ejerce su influencia.

La marca quiso ser héroe en una generación que no busca ídolos, sino referentes humanos.

Y ahí es donde se **rompe la promesa.**

EL RETO

LO QUE DECÍA EL BRIEF:

Darle alma a Nude Project y frenar la caída.

RETO REAL:

Redefinir el **rol de Nude Project** para dejar de ser héroe aspiracional y convertirse en mentor cultural.

INSIGHT

La Gen Z necesita marcas que no les hablen desde arriba ni les dejen solos.

Buscan empresas que acompañen su proceso, les den espacio para explorar y les apoyen mientras crean, entendiendo que **la creatividad es un camino, no solo un resultado.**



OPORTUNIDAD

Volver al propósito original del streetwear:
la gente creando para la gente.

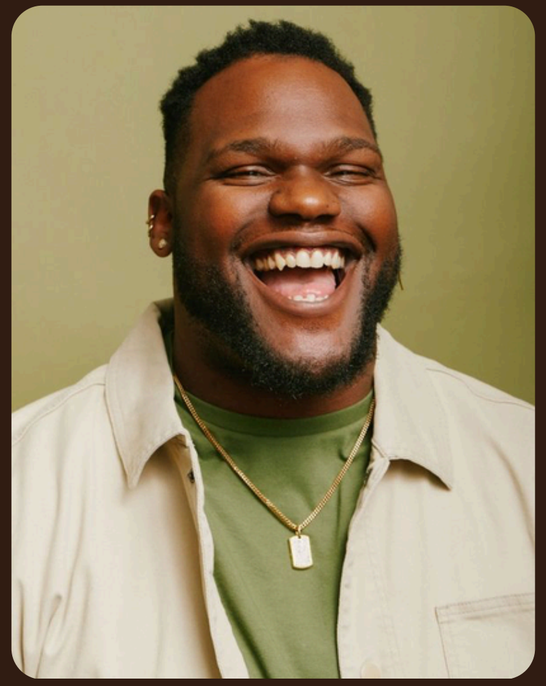
Nude Project pone las herramientas y el espacio para que la comunidad siga creando y expresándose a través del arte.











¿CUÁL DE ESTAS PERSONAS ES EL ARTISTA?







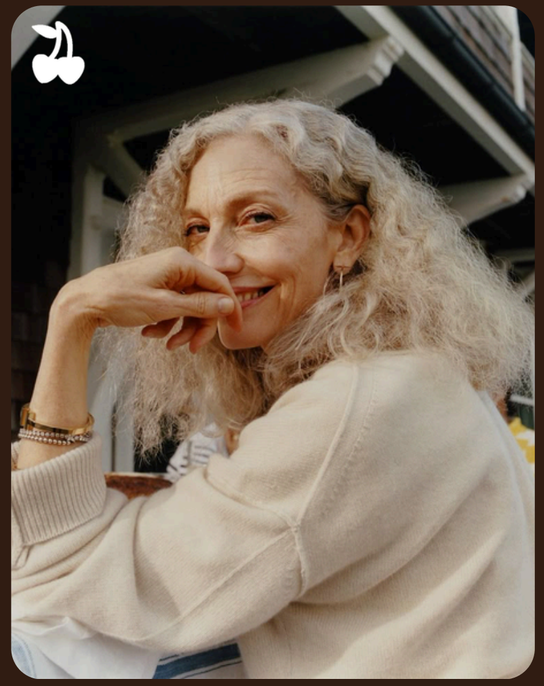






Resulta que todos son artistas.
Porque ser artista no es un título ni una carrera ni una manera de verse, es un impulso: el de crear.

Da igual lo qué crees, cómo o desde dónde. Si creas, ya estás haciendo arte.











¿CUÁL DE ESTAS PERSONAS ES EL ARTISTA?







REPOSICIONAMIENTO

“By artists, for artists.” Sigue siendo el core de la marca. En esta nueva era, Nude Project redefine qué significa ser artista.

Pasa de ser solo una marca de streetwear a ser una plataforma cultural que afirma:

Artista es quien se atreve a empezar a crear.

= SÍMBOLO DE ATREVERSE

BRAND CORE

“By artist, for artist”

Moraleja

Si te atreves a expresarte ya eres artista.

No importa si produces música en tu habitación.
Si diseñas ropa en tu laptop.
Si eres atleta con pasión por la moda.
Si todavía no sabes qué eres.
El arte es una decisión.

Nueva Promesa

Nude Project acompaña a quienes se atreven a crear.

Nude Project te da permiso para empezar imperfecto.
Mostrar vulnerabilidad
Tomar riesgos
Y en el camino, encontrar a tu gente.

Presencia

Nude Project construye espacios, contenido y comunidad alrededor del comienzo creativo.

No vendemos ropa.
Construimos espacios donde atreverse es normal.

ACTIVACIÓN DE MARCA

LA COMUNIDAD EN EL CENTRO



CLAIM CAMPAÑA

Nude Starts Here

Artista es quien se atreve a empezar a crear.



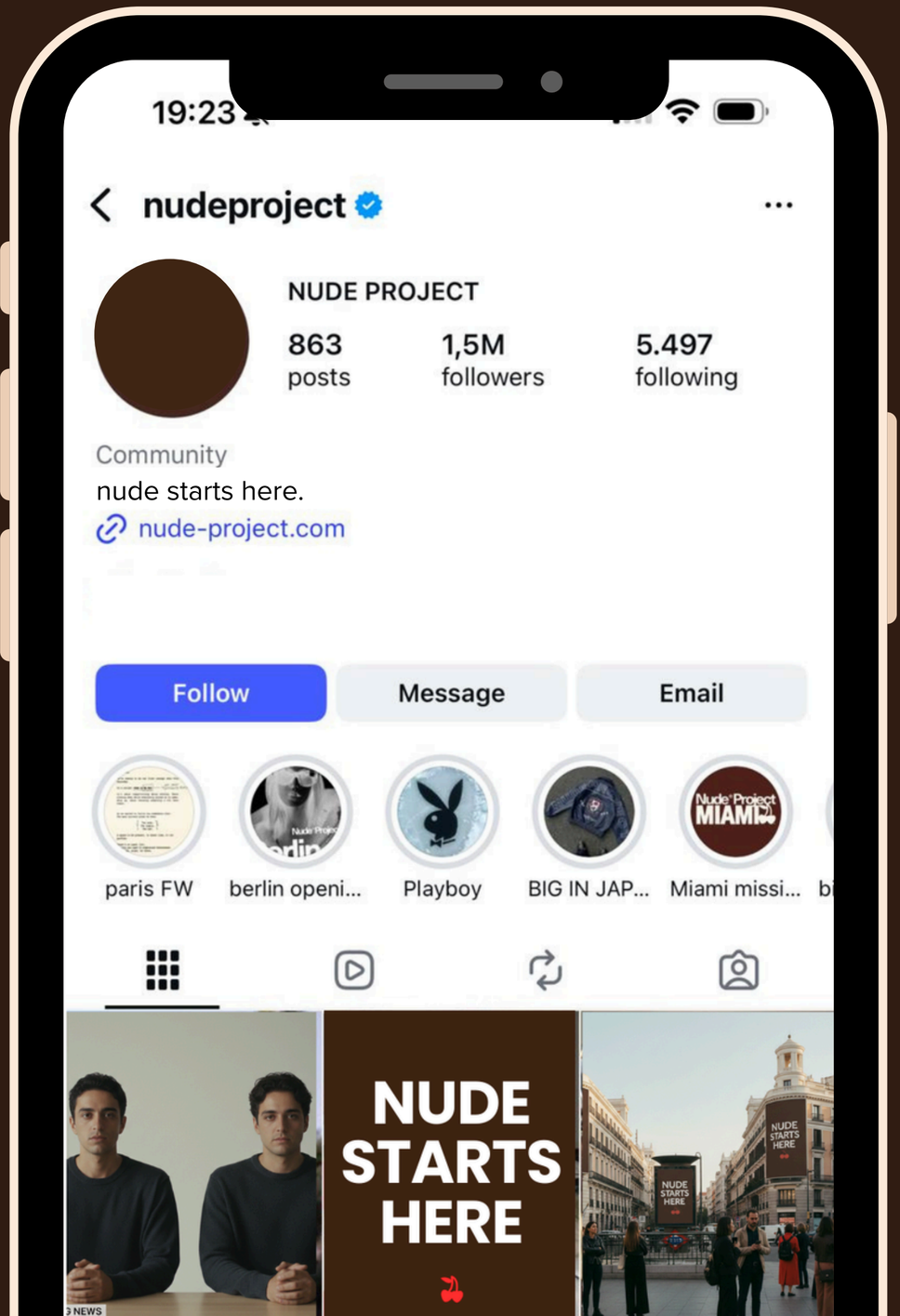
NUDE STARTS HERE. – CAMPAIGN

La campaña Nude Starts Here se lanza como un evento cultural a través de un build-up de misterio total. Nude Project entra en blackout digital: archiva sus posts, cambia su foto de perfil y deja solo un mensaje mínimo, mientras colaboradores y artistas publican teasers crípticos anunciando que “algo grande viene”.

La conversación crece cuando billboards aparecen en ciudades clave con “Nude starts here” y un llamado a sintonizar un anuncio en vivo, sin revelar de qué se trata.

El “reveal” llega con un mensaje global estilo Breaking News, donde los fundadores hablan con vulnerabilidad sobre el crecimiento acelerado de la marca y anuncian una nueva era: Nude Project deja de ser solo streetwear para convertirse en una plataforma cultural que redefine qué significa ser artista — porque artista es quien se atreve a empezar a crear.

A partir de ese momento, el mensaje se activa en el mundo real a través de experiencias físicas y culturales que convierten la campaña en un movimiento, no solo en comunicación.



ACTIVACIÓN DE MARCA

SCHOOL OF ARTISTS

Construir una Comunidad Creativa Global reclutando talento emergente y convirtiendo su proceso creativo en una serie documentada.

¿Qué es?

School of Artists es un certamen internacional donde la comunidad nomina artistas emergentes para participar.

Los seleccionados pasan por un proceso de scouting y formación para ganar la oportunidad de co-crear su propia línea para Nude Project.

Durante el programa, Nude Project actúa como mentor, invitando a "guest artists" para enseñar:

- cómo diseñar
- cómo vender
- insights reales de la industria creativa

Todo el journey desde la nominación hasta el resultado final se comparte en redes para que la comunidad participe en el proceso.



ACTIVACIÓN DE MARCA

THE ARTIST SCHOLARSHIP

Nude Project actúa como mentor y facilitador, invirtiendo en creadores como lo fueron ellos.

¿Qué es?

Art Scholarship es un programa de financiación otorgada por Nude Project para estudiantes y creativos emergentes que viven el arte como estilo de vida.
La beca cubre formación y acompañamiento en áreas como:

- Producción musical
- Cine
- Arte
- Moda
- Emprendimiento

Con especial foco en estudiantes universitarios que sueñan con crear su propia línea de ropa o desarrollar un proyecto creativo.



ACTIVACIÓN DE MARCA

PODCAST GOES WORLD WIDE

Convertir el podcast de Nude Project en una experiencia física y global, donde cada ciudad se transforma en un set creativo que conecta conversaciones reales con comunidad real.

¿Qué es?

Nude Sessions lleva el podcast al mundo real a través de grabaciones en vivo en cafés, tiendas, pop-ups y espacios icónicos de cada ciudad donde este Nude Project. Creando conversaciones abiertas donde la comunidad participa activamente y cada episodio queda ligado a un lugar específico.

La experiencia construye conexión emocional y comunidad física alrededor del contenido, mientras Nude Project actúa como anfitrión cultural, transformando aperturas y pop-ups en momentos creativos compartidos donde cada ciudad se convierte en parte de la historia.



ACTIVACIÓN DE MARCA

DJ TAKEOVERS

El streetwear vive en el street.
Nude Project activa momentos culturales inesperados que conectan moda, música y comunidad, generando impacto local, FOMO social y contenido orgánico alrededor del universo de la marca.

¿Qué es?

Sets sorpresa de DJs y artistas emergentes
activados en tiendas, pop-ups y espacios públicos
inesperados (como estaciones del metro o puntos
icónicos de cada ciudad).
24–48h antes se lanzan pistas visuales en social.
Minutos antes se revela ubicación.
El DJ aparece sin escenario.
La gente rodea el set.
Todo se graba en foto y video.
Contenido crudo, real, espontáneo.





THANK YOU



© 2026 Miriam Nadal. Todo el contenido de esta propuesta, incluyendo textos, imágenes y diseños, está protegido por derechos de autor. Queda prohibida su reproducción, distribución o uso sin permiso previo por escrito.