



Associazione Italiana Pellicceria

AMO LE COSE VERE, LA PELLICCIA ITALIANA E' UNA COSA VERA

L'Associazione Italiana Pellicceria inaugura sul Corriere della Sera una campagna stampa a sostegno del suo prodotto Made in Italy. Con un'immagine moda e "cose" vere: contro le polemiche.

Due i soggetti che saranno protagonisti della nuova Campagna Stampa di **Associazione Italiana Pellicceria** che verrà pubblicata su tirature nazionali come il Corriere della Sera da questo fine gennaio.

“Una scelta forte e decisa - spiega il **Presidente AIP Roberto Scarpella** - in questi ultimi tempi c'è troppa disinformazione rispetto al comparto pellicceria e al lavoro dei suoi operatori. Abbiamo pensato che fosse venuto il momento di fare noi informazione corretta e raccontare attraverso una campagna pubblicitaria su scala nazionale la realtà che sottende il nostro comparto e il prodotto pelliccia, scrigno di eccellenza e artigianalità made in Italy, un prodotto moda che tutto il mondo ci riconosce”.

AMO LE COSE VERE, LA PELLICCIA ITALIANA E' UNA COSA VERA, questi slogan e pay off, vuole sottolineare il concetto di amore e cura per le cose vere: un capo in pelliccia come una cena a casa, la spesa al mercato, una relazione di coppia serena. Cose vere e naturali.

L'immagine è sofisticata con un'attenzione particolare a mettere in risalto il prodotto indossato; la scelta del bianco e nero per dare all'immagine sia un aspetto più grafico sia per aggiungere un'allure patinata che echeggia al grande cinema italiano.

AMO LE COSE VERE, LA PELLICCIA ITALIANA E' UNA COSA VERA, nel secondo soggetto della campagna stampa, un messaggio chiaro, quasi didascalico che è quasi un manifesto per raccontare la verità spesso distorta sul prodotto pelliccia e i suoi operatori.

Se pensi che soltanto le pellicce derivino dagli animali, probabilmente stai indossando una bugia – recita il sottotitolo scelto, mentre il messaggio prosegue:

Noi l'abbiamo sempre detta la verità: indossare una pelliccia è come calzare un paio di scarpe di vitello o vestire un piumino d'oca; ma tu sei disposto ad ascoltare?

L'uomo si veste da sempre con prodotti naturali, siano essi di derivazione vegetale come cotone e lino, o di origine animale come seta, lana, piume, pelle e pelliccia.

La maggior parte degli animali da pelliccia proviene da allevamenti specializzati; solo il 5% deriva da specie selvatiche, nessuna delle quali è a rischio di estinzione.

La verità non è una moda che cambia con le stagioni.



Associazione Italiana Pellicceria

La campagna **AIP** precede il prossimo **MIFUR, il Salone Internazionale della Pellicceria e della Pelle** che come tutti gli anni sarà inaugurato i primi di marzo – **dal 3 al 6 - a Fiera Milano Rho.**

“Vogliamo utilizzare in maniera il più possibile diffusa questa campagna che nasce per la stampa di ampio respiro destinata al consumatore finale, ma saremo sorretti anche dai mezzi di informazione del settore pellicceria, la stampa tecnica, così come lanceremo il messaggio anche su web” conclude **Scarpella.**

PRESS OFFICE: VALENTINA VISIGALLI – STUDIO AV

Via Perugino 15/13 20135 Milano – PH. +39 02 36728472 – MOB. +39 393 91 111 36

v.visigalli@studioav.it