



Il brand Italiano Gabs, da sempre sinonimo di creatività, stile e colore, sceglie l'ironia e l'originalità per la sua nuova campagna ADV autunno-inverno 2012-13.

Lo scatto dal piglio irriverente e anticonformista ritrae un uomo che indossa la borsa Gabs, accompagnato dal claim "Peccato essere uomini". L'immagine racconta, con una punta di provocazione, una borsa desiderabile da chiunque, l'accessorio femminile per eccellenza presentato in chiave assolutamente moderna e sorprendente.

L'obiettivo del fotografo milanese Daniele Cipriani ha saputo catturare e restituire in modo accattivante ed originale tutte le caratteristiche del prodotto Gabs nei 4 scatti della nuova campagna AI 2012-13 che vede protagonisti, insieme alle borse dalle distintive clips turchesi, i modelli André Hamann e Christian Iacobucci, e che sarà pianificata sulle principali testate femminili italiane a partire da Agosto 2012.

Gabs non è una semplice borsa, è un oggetto trasformabile, camaleontico.

Gabs è forma, è creatività, è colore, è gioco, è trasformazione, è cambiamento.

Il brand made in Italy Gabs, nato dalla matita dello stilista Franco Gabbrielli e prodotto e distribuito da Campomaggi e Caterina Lucchi srl, ha affidato la realizzazione della campagna all'agenzia di comunicazione integrata MPR, con la quale ha condiviso l'idea di una creatività di forte impatto.