Gabs gioca ancora una volta la carta dell'energia, del colore e dell'allegria e questa volta lo fa con un forte
accento sul prodotto.
Le borse Gabs in formato maxi sono protagoniste, nel mondo patchwork nella nuova campagna autunno –
inverno 2013 – 14, con i modelli G3, borsa icona del brand, la Viola e la nuovissima Giulia.
I tre scatti, come spiega Franco Gabbrielli, fondatore e designer del brand puntano sulla positività e l'ironia, caratteristiche indiscusse del marchio italiano famoso per le borse trasformabili e la clips turchese.
Gabs ribadisce la propria identità anche attraverso il nuovo claim “Life is...” “Love”, “Colour” e “Fun”.
Il brand made in Italy Gabs, prodotto e distribuito da Campomaggi e Caterina Lucchi srl, ha affidato la
realizzazione della campagna all’agenzia di comunicazione integrata MPR e al fotografo Marco Onofri.
La nuova campagna sarà pianificata sui principali mensili e siti web italiani a partire dal mese di agosto.
Il brand Gabs rappresenta il migliore Made in Italy per creatività, sperimentazione e alta qualità.
Un progetto vero e proprio, costruito attorno al concetto di trasformazione e dove originalità e varietà vanno di pari passo
con le parole divertimento, ironia e colore. La trasformazione inizia dal nome: si spostano due lettere e bAGs diventa Gabs. Bastano pochi semplici gesti per trasformare ogni modello in un nuovo oggetto: le clips turchesi, elemento distintivo del brand, reinventano ogni borsa, rendendola compatta oppure donandole
nuove forme e volumi. Una ventata di gioco e allegria per oggetti versatili e ...moltiplicabili.