

**MICAM GLASS SLIPPER  
LA SECONDA FIABA DEL PROGETTO #micamtales**

***Prosegue la campagna di comunicazione legata alle fiabe.  
La scarpetta di cristallo diventa icona di stile e  
animerà in tre capitoli le prossime edizioni del Salone internazionale delle  
calzature a partire da settembre***

Milano, 15 luglio 2021 - Dopo il successo pluripremiato della scorsa edizione, la campagna di comunicazione #micamtales, le fiabe di **MICAM**, il Salone internazionale delle calzature in programma a **Fiera Milano dal 19 al 21 settembre prossimi**, prosegue con la seconda fiaba: **MICAM Glass Slipper**.

In particolare, la storia scelta per incorniciare questo momento speciale, di forte energia del settore calzaturiero nel post-pandemia, si concentra sulla celebre scarpetta di cristallo.

*"In uno scenario nel quale il desiderio di ripartire e di tornare a sognare è fondamentale - afferma Sirotto Badon Presidente di MICAM, la scelta è ricaduta su una delle fiabe più celebri, per i messaggi di speranza che racchiude in sé".*

La direzione creativa della campagna è di MM Company, con l'accounting di Laureri Associates.

L'universo fantastico di "MICAM Glass Slipper", proprio come era avvenuto con il precedente "MICAM in Wonderland", accompagnerà i visitatori per le prossime 3 edizioni di MICAM, raccontando altrettanti momenti topici della storia. A settembre 2021 (Primavera/Estate) il **primo capitolo "Glamorous disaster"** mostrerà il tentativo vano della protagonista di crearsi da sola un look per il gran Ballo, a febbraio 2022 (Autunno/Inverno) il **secondo capitolo "the enchanted gown"** (*l'abito incantato*) ci condurrà nel magico incantesimo che culmina con le scarpe da sogno; ed infine a settembre 2022 (Primavera/Estate) il terzo capitolo **"the Ball"** (*il Ballo*) culminerà con il Ballo fiabesco per antonomasia e la perdita dell'iconica scarpetta di cristallo. Tre momenti dall'intensità crescente, che simboleggiano il corso della creatività: dapprima si cerca di creare qualcosa, magari sbagliando, poi si ottiene un risultato perfetto, per poi sfoggiarlo nel momento più ambito.

Promosso da:



ASSOCALZATURIFICI

Via Alberto Riva Villasanta, 3

I-20145 Milano

Telefono +39 02 43829.1

press@themicam.com

www.themicam.com

Gli scatti di campagna, ad opera del **fotografo Fabrizio Scarpa**, sono corredati da uno short-film per ciascun capitolo, con la **regia di Daniele Scarpa**. La narrazione si basa sulla contrapposizione costante tra *immaginario fiabesco* – reso dalle atmosfere romantiche, dal ritmo rallentato, dalla location e dagli abiti – e *l'iperrealismo narrativo* – la fiaba originaria è stata declinata in un contesto contemporaneo, con tutte le sue fragilità, incertezze e contraddizioni.

Il **primo capitolo**, che accompagnerà l'**edizione di settembre 2021** è intitolato "**Glamorous disaster**" e mostrerà il tentativo vano della protagonista di crearsi da sola un look per il gran Ballo, che culminerà però con un ironico *glamorous disaster*. Disastroso, è stato infatti l'ultimo anno a causa della pandemia che ha colpito duramente il settore calzaturiero ma la notevole resilienza e la caparbia che contraddistingue i maestri calzaturieri, ha permesso di guardare con ottimismo il futuro. Grande attenzione è stata data alla storia, che farà immergere il pubblico in una preziosa successione di look creati da talent internazionali di rilievo, come Sara Wong e MonRoi Roma (rispettivamente abito e scarpe di campagna), 19:13 DRESSCODE, Avaro Figlio, Antonio Corposanto, Rami Kadi e del maestro Renato Balestra. I look sono impreziositi dalle calzature di Oteri, MonRoi Roma, Antonio Corposanto, A.Bocca, Le Saunda e dalle borse, accessori e gioielli di Halite, Salar Milano, Benedetta Bruzziches e Sharra Pagano. Un omaggio di **MICAM** al mondo della creatività che ha il potere di far sognare e promuovere il made in Italy in nuove forme d'avanguardia.

Il primo capitolo della campagna "Glamorous disaster" vivrà anche all'interno del Salone fisico, dove verrà allestita una speciale exhibit-experience ispirata al tema. Un esempio di integrazione comunicativa che sempre più accompagna il mondo MICAM attraverso tutte le piattaforme di comunicazione: Salone fisico, Salone digitale, social media, sito internet, media tradizionali e digitali.

L'appuntamento con MICAM e con la creatività delle sue collezioni è **dal 19 al 21 settembre prossimi a Fiera Milano RHO**.

#micam  
#RestartTogether

Promosso da:



ASSOCALZATURIFICI

Via Alberto Riva Villasanta, 3

I-20145 Milano

Telefono +39 02 43829.1

press@themicam.com

www.themicam.com