

Le Dolomiti rappresentano il filo conduttore e il tratto distintivo delle montature MIC, sia nelle scelte cromatiche sia nella definizione delle linee, ben riconoscibili fin dal logo, i cui spessori irregolari e le sagome delle lettere riprendono il profilo delle montagne, creando graficamente un micro-paesaggio naturale.

Quasi in una sorta di "corso e ricorso storico" proprio da qui, dove nacque un tempo l'occhialeria italiana, si riparte oggi con una grande sfida. E per farlo si guarda alle origini, alla natura, a quelle magnifiche Dolomiti, patrimonio dell'UNESCO.

Per capire il valore delle collezioni MIC e per cogliere il senso dell'intero progetto bisogna andare là, ai piedi della Montagna, respirare l'aria pungente della mattina e guardare il sole che tinge di rosa la roccia, bisogna camminare nei sentieri silenziosi tra i boschi e inebriarsi del profumo di resina e di terra umida. Bisogna mettersi in ascolto.

Cura del particolare e richiamo all'identità territoriale sono dunque una costante per la collezione MIC: gli occhiali riportano infatti un elemento iconico in corrispondenza della cerniera a ricordare l'inconfondibile profilo della montagna.

Composta inizialmente da 12 modelli, 8 da vista e 4 da sole, MIC si rivolge a un consumatore evoluto, uomo o donna over 30, che sceglie il suo occhiale con consapevolezza e con spirito critico, conscio che indossare MIC significa indossare un pezzo di tradizione italiana.

Fedeltà estrema al territorio, alle sue forme, ai suoi colori. Ecco in sintesi MIC. Anche la campagna di comunicazione, ideata per lanciare la collezione, è stata realizzata coinvolgendo solo persone del Cadore.

La collezione di occhiali MIC sarà presentata sul mercato in occasione del prossimo Mido – in programma a Milano dal 24 al 26 febbraio – con una originale postazione APERCAR lungo Corso Italia (davanti alla reception dei padiglioni 1/3) e presso lo stand di Immagine98 (pad. 2 – stand S45 T50) che ne cura la distribuzione.