



â??Mondo da scoprireâ?? al via campagna â??Artigiano in Fieraâ??

Descrizione

(Adnkronos) â?? Esplorare il mondo attraverso le mani, le storie e i saperi di chi lo abita. Ã? questo lâ??invito di â??Mondo da scoprireâ?•, il concept creativo scelto da Artigiano in Fiera per raccontare lâ??edizione 2026 del piÃ¹ importante evento al mondo dedicato agli artigiani, in programma a Fieramilano Rho dal 5 al 13 dicembre 2026 dalle 10 alle 22. Artigiano in Fiera rinnova il proprio impegno nel valorizzare le nuove generazioni, dando spazio ai giovani e favorendo il dialogo tra tradizione artigiana e creativitÃ contemporanea. A esprimere questa visione Ã? la nuova campagna di comunicazione che accompagnerÃ il pubblico verso lâ??appuntamento di dicembre attraverso una presenza articolata su digital, social, stampa, radio, tv e affissioni. Nata dalla collaborazione con led â?? Istituto Europeo di Design, la campagna prende vita dalla creativitÃ â??Mondo da scoprireâ?• vincitrice del contest rivolto agli studenti di led Milano e firmata da Aurora Ferrario, giovane graphic designer classe 2004, originaria di Tradate (Va) e residente a Vanzaghella nel Milanese.

Il visual interpreta Artigiano in Fiera come un viaggio alla scoperta del saper fare globale: il pianeta diventa un grande laboratorio in cui culture lontane, tradizioni, mestieri e generazioni diverse si incontrano. Un nastro che si dipana lungo il globo accompagna idealmente il visitatore, diventando il filo conduttore di un percorso di scoperta, incontro e storie. Attraverso il linguaggio dellâ??illustrazione contemporanea, viene raccontato anche il dialogo tra generazioni e la trasmissione del sapere artigiano: lâ??esperienza incontra lo sguardo dei piÃ¹ giovani, chiamati a raccoglierne lâ??ereditÃ , custodirne il valore e allo stesso tempo reinterpretarlo con idee, sensibilitÃ e linguaggi nuovi.

â??Mondo da scoprireâ?? rappresenta lâ??espressione creativa di una visione: quella di un artigianato che guarda al futuro senza perdere le proprie radici, valorizzando il patrimonio di competenze costruito nel tempo e investendo sulle nuove generazioni. Una scelta che rafforza il percorso intrapreso dalla manifestazione e il ruolo di led come partner nella costruzione di occasioni concrete di visibilitÃ , sperimentazione e crescita per i giovaniâ?? ha commentato Antonio Intiglietta, Presidente di Ge.Fi. spa.

Online sui canali social della manifestazione, la campagna 2026 sar  sostenuta fino al termine dell'evento da una pianificazione media integrata curata da Next Media part of Be Closer, pensata per raggiungere il pubblico attraverso i principali mezzi di comunicazione e nei luoghi della vita quotidiana. La campagna sar  presente su canali digitali, quotidiani e periodici, radio, TV e pubblicit  esterna, con una particolare attenzione ai territori storicamente pi ¹ vicini alla manifestazione. Accanto a Milano e alla sua area metropolitana, la pianificazione coinvolger  tutte le province lombarde estendendosi anche a Torino e al Canton Ticino. Una presenza significativa interesser  inoltre i principali luoghi e percorsi della mobilit  urbana ed extraurbana: strade, stazioni ferroviarie, metropolitane e mezzi di trasporto pubblico accompagneranno la comunicazione di Artigiano in Fiera, rafforzandone la visibilit  sul territorio e la capacit  di raggiungere il pubblico durante gli spostamenti quotidiani.

default watermark

   

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. Ultimora

Data di creazione

Ottobre 15, 2026

Autore

redazione