



Pittimmagine Bimbo per la prima prima volta si anima con un'operazione di new marketing, una sorta di freedom-flash-mob, per il lancio del brand iDO, un mondo di stoffa e libertà, per bimbi allegri e vivaci.

Sfilate? Presentazioni? iDO...better!

Miniconf, azienda leader del childrenswear, già proprietaria dei brand Sarabanda e Dodipetto, lancia a Pittimmagine Bimbo il nuovo brand iDO attraverso un originale progetto di comunicazione. Destinato a scardinare le abitudini esperienziali del pubblico, la nuova linea di abbigliamento debutterà con un live show interattivo e divertente....protagonisti i bambini e soprattutto, la loro genuinità e spontaneità creativa.

L'innovativa operazione di marketing, unica nel suo genere, è stata realizzata dall'azienda per presentare la nuova collezione iDO, brand d'abbigliamento 0-12 anni che nasce con lo scopo di veicolare il mondo di allegria e libertà tipico dei bambini. Anche il logo – attualissimo - in perfetta linea con gli strumenti digitali del desiderio iPod, iPhone, esprime la filosofia innovativa e non convenzionale del brand che si ispira all'inglese "io faccio" e vuole il bambino attore protagonista.

Con questo evento l'azienda avvia un progetto di comunicazione non convenzionale che aspira ad abbracciare tutto il mondo del bambino - e non solo quello del suo guardaroba - secondo una prospettiva future oriented che, ancora una volta, conferma Miniconf leader d'avanguardia del settore dell'abbigliamento per l'infanzia.