

# miart 2016 | MOUSSE PROGETTA L'IDENTITA' VISIVA DELLA VENTUNESIMA EDIZIONE DI MIART

miart

miart 2016 - international modern  
and contemporary art fair



8 - 10 April, 2016  
fieramilanocity, milan

campaign

## MOUSSE PROGETTA L'IDENTITA' VISIVA DELLA VENTUNESIMA EDIZIONE DI MIART

Fervono i preparativi per **miart 2016**, la ventunesima edizione della **fiera internazionale d'arte moderna e contemporanea** di Milano.

Anche quest'anno l'**immagine** e la **comunicazione visiva** sono affidate a **Mousse**, che dal 2013, attraverso lo strumento della fotografia, elabora per la fiera un sistema di identità dai tratti generativi, una narrazione per immagini che si rinnova a ogni nuova campagna.

Dopo il laboratorio, la falconeria e la pratica venatoria, il **tema** scelto per la campagna di comunicazione **dimiart 2016** è l'**apicoltura**. Prendendo ancora una volta spunto dal rapporto tra l'uomo e il mondo naturale e animale, l'identità visiva della fiera gioca quest'anno sulla **simbologia legata al mondo delle api, alla loro operosità e ai processi di produzione e allevamento**, oltre che sulle molte similitudini che vi si possono trovare in relazione al **mondo dell'arte**: apicoltori che si prendono cura e diffondono la produzione, così come i galleristi, i collezionisti e la fiera stessa; alveari come strutture modulari, simili agli stand-favi che compongono miart; il miele, la propoli e gli altri prodotti dell'alveare accostati ai lavori degli artisti, che come api popolano la fiera-arnia; collezionisti e operatori che si radunano in fiera come api sul miele; e ancora l'operosità dell'alveare come specchio della milanesità e l'impollinazione primaverile come simbolo del risveglio di primavera - the spring awakening - che ormai da quattro anni caratterizza Milano durante la settimana di miart.

Gli scatti della campagna, progettati sia in studio che in ambientazioni outdoor, sono stati realizzati per Mousse dalla fotografa Bea De Giacomo in collaborazione con il collettivo Rio Grande (Lorenzo Cianchi, Natascia Fenoglio, Francesco Valtolina). Ancora una volta la comunicazione visiva che accompagnerà miart 2016 non sarà affidata a un'unica immagine, ma a una serie di scatti differenti per soggetto e ambientazione che, giocando sulla sovrapposizione di linguaggi - fotografia contemporanea, set design e scatto di moda - creano un immaginario perturbante che accende e mantiene vivi la curiosità e

l'interesse per una nuova edizione della fiera che già si annuncia ricca di sorprese.

**#arthoney**