

OGGETTI ESISTIBILI la pubblicità fa design

Interazioni creative
tra sistema delle immagini
e sistema dei prodotti

a cura di
Giulio Ceppi_Total Tool



LIBRI SCHEIWILLER

Dare vita al sogno

Virginio Briatore

1. 2. 3.

Publicità di anelli esistibili:
*Yamaha, Ceramic Tiles of Italy,
Veranafiore*



1.

Alla sorgente della Panagia Anna, mani devote hanno trasformato ramoscelli di basilico in ghirlande e diademi, per cingere il capo della Signora.

Tre chilometri a valle il rivolo sfocia in una piccola profonda baia.

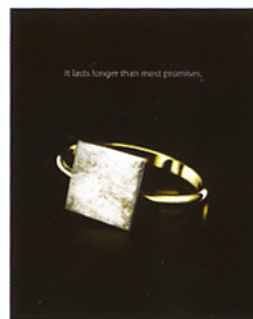
Qui qualcuno con sei lattine sbiadite dal sale e due sassi larghi ha dato vita a un tempietto-dolmen che forse è poi un tavolino.

La grande roccia marmorea grigia e bianca che tagliente entra in mare viene detta da secoli "la nave". Il grande e il piccolo, la materia vivente e quella inanimata, l'oggetto e le proiezioni visive.

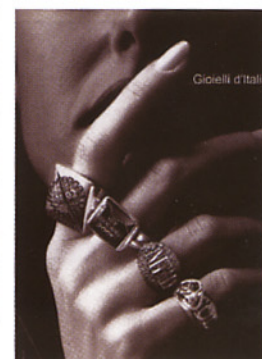
I linguaggi della natura e quelli degli umani, sono sempre vivi e in trasformazione.

La pubblicità intuisce combinazioni possibili, moltiplica o rimpicciolisce, colora o trasforma l'oggetto in nuova immagine + significato.

Nulla impedisce che queste "visioni esistibili" possano un giorno prendere vita, così come un mucchietto di conchiglie, inseguendo il filo di un sogno, si è fatto collana.



2.



3.