



Coerenza di intenti nella campagna pubblicitaria Braccialini



Borsa Jacquard

Se dovessimo sintetizzare la personalità della cliente Braccialini diremmo che è una donna “pazza per le borse”, che ha accolto il motto di Carla Braccialini “nella tua borsa c’è tutta la tua vita” e ha fatto della borsa l’oggetto che la rappresenta; e non solo ciò in cui trasportare parte di se, le sue cose più intime, i suoi segreti. E’ una donna amante della natura, dei fiori, dei colori; talvolta sembra rivelare una personalità infantile. Sicuramente vuole catturare l’attenzione. E lo fa con le borse.

Allegre e singolari, colorate e ridondanti, divertenti e irrazionali, kitsch. Opulente e lussuose in modo eccessivo, potrebbero distogliere l’attenzione dell’osservatore, che stordito dalla dovizia dei particolari dell’oggetto non arriva a guardare chi osa adornarsi di tanto sfarzo.



Borsa Clio Flower

Ma proprio questo segnala altre caratteristiche della donna che porta una borsa Braccialini. Se non offre un’immagine di cattivo gusto -questo può essere un rischio- perché ha saputo equilibrare la ridondanza dell’accessorio con una estrema semplicità del resto dell’abbigliamento, è sicuramente disinvolta e dimostra una buona dose di ironia. Perché? Perché le “Braccialini” sono frutto di pura fantasia che sovrappone fantasia a fantasia, diventa fantasia ridondante e trasforma i - talvolta molteplici- motivi ornamentali in segni che si stratificano, moltiplicando i significati racchiusi in un unico oggetto. Non solo la forma -che diventa ITEM della collezione- e basterebbe menzionare il taxi rosso, la corona, il girasole, la matrioska, il treno, la chiocciola



Coerenza di intenti nella campagna pubblicitaria Braccialini

ecc, , ma i materiali di consistenza diversa , le lavorazioni, i ricami, gli intarsi, gli intrecci, le cuciture, le sovrapposizioni, sono tanti segni che coesistono in un unico oggetto.

La borsa Braccialini è di per se una comunicazione. E' un marchio inconfondibile, e dobbiamo dire che è rimasto fuori dal flusso della moda, riconoscibile sempre; comunica senza pudore la personalità di chi la indossa, comunica senza pudore l'intento di chi la indossa.

Borsa Tema

Tutto ciò che è una borsa Braccialini è sintetizzato ed enfatizzato nella nuova campagna pubblicitaria. Su uno sfondo bianco le mani di una donna sostengono una borsa: un modello di linea vintage della collezione Clio con una semplice stampa di fiori "naturali"; una bag aperta fondo celeste per fiori "stilizzati" della collezione Jaquard ma caratterizzata da rifiniture in contro colore; un secchiello della collezione Temi ridondante con le sue applicazioni a rilievo di calle e di foglie. Le mani che sostengono sono ugualmente ridondanti di elementi -anelli e bracciali multicolori in gran numero- a sottolineare, quasi a rafforzare il significato dell'oggetto. Come dicevamo, la borsa Braccialini è comunicazione e quindi non è necessario svelare il volto della donna: oggetto e mani ci parlano ampliamente della consumatrice Braccialini.