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 ITEMI della collezione- e basterebbe menzionare il taxi rosso, la corona, il girasole, la matrioska, il treno, la chiocciola

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.