

Gwyneth Paltrow ph Mario Testino

I prodotti dei marchi Tod’s hanno un evidente filo conduttore rappresentato -come si legge nel sito ufficiale del gruppo- “da un perfetto equilibrio di tradizione e modernità, alta qualità, apporto creativo ed ampia utilizzabilità del prodotto”. Una produzione a cui può applicarsi senza tema di sbagliare ciò che Diego Della Valle, Presidente del Gruppo, chiama: “il sogno di un classico moderno. Assolutamente pratico ma chic, risultato di più di 100 fasi produttive. Questa è la qualità non urlata, ma discreta ed elegante di Tod’s.”

Ma anche le campagne pubblicitarie hanno un evidente filo conduttore perché i consumatori dei prodotti di calzature e pelletterie Tod’s, Hogan e Fay il brand attivo nell’abbigliamento sportivo ma da città, hanno molto in comune. Per i tre marchi il target uomo e donna è caratterizzato da persone eleganti, di classe, raffinate ma sobrie, dallo stile contemporaneo, trendy ma comodo.

Per quanto riguarda il marchio Fay pur rimanendo definito questo carattere, è interessante notare che le campagne pubblicitarie evidenziano che il target è giovane, moderno, dinamico, ma composto. Spesso gli scatti rappresentano i personaggi per strada, in un atteggiamento estremamente naturale, due amiche che hanno fatto shopping e si avviano a risalire in macchina, o un gruppo di giovani in giro per la città come per la campagna A/I 2008-09, ad indicare che il prodotto ha un elevato fattore tecnologico e permette di affrontare con disinvoltura i freddi invernali.



Gwyneth Paltrow ph Mario Testino

Ma veniamo all’immagine della campagna Tod’s A/I e P/E 2009. Utilizza una icona dello schermo Gwyneth Paltrow,

che ben rappresenta sia sullo schermo che nella vita reale una personalità dall’eleganza sobria, ma estremamente chic. Indossa le decolleté con plateau, nuovo must dell’ Autunno-Inverno, ma anche i jeans e una morbida giacca che fanno parte della piccola ed esclusiva collezione *ready-to-wear*.

Mario Testino -il fotografo- coglie bene ed esprimere la sensualità pacata del personaggio dando risalto alla sua femminilità serena, rassicurante e accogliente. L’insieme dà una percezione piena di armonia. L’ambientazione -sappiamo che si tratta di Capri- un terrazzo da cui si intravede il mare, è in armonia con il personaggio elegante e raffinato, ma semplice. Assoluta anche l’armonia tra personaggio e capi di abbigliamento e accessori indossati: i capi esaltano la bellezza del personaggio, e quest’ultimo sottolinea l’allure senza tempo e nello stesso tempo contemporaneo del prodotto. L’immagine è tutta racchiusa in un cerchio, per non distrarre l’attenzione dell’osservatore con elementi dissonanti; per mostrare lo charme che l’eleganza del prodotto aggiunge alla femminilità.

Non è raccontata una storia, ma è presentato uno stile di vita; quello che il consumatore di prodotti Tod’s vive abitualmente, un mondo certamente di buone possibilità economiche, ma raffinato, dove c’è continuità tra ambiente in cui ci si muove e stile personale; discreto, dove non c’è posto né per la volgarità, né per la sessualità esibita, ma neppure per lusso esibito e gridato.

Anche in un ambiente del tutto informale -come per la campagna P/E-, le scale di casa dove il personaggio è seduto, e dove l’abbigliamento è più quotidiano e meno salottiero, non viene meno nulla della

Gwyneth Paltrow ph Mario Tedstino

compostezza di uno stile di vita. Ed inoltre l’icona della bellezza femminile, ammirabile ma distante dalla realtà, che l’immagine precedente poteva suggerire, diventa in questo scatto assolutamente familiare.

Gli accessori la borsa, la cintura, il bracciale in pelle non tolgono equilibrio all’ insieme dell’ abbigliamento costituito dal bel jeans blu e dalla bellissima camicetta a righe, collo bianco a listino alto con doppi bottoni. Abbiamo solo qualche dubbio sui sandali, allacciatura alla schiava e tacchi altissimi, portati con un pantalone stretto alla caviglia: bisogna avere molto charme naturale -essere Gwyneth Paltrow- e buon portamento per non incorrere in uno scivolone di eleganza.