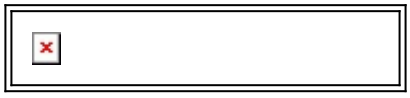
Una campagna pubblicitaria unica nell’universo della comunicazione di moda: ideate per il marchio **Per te by Krizia** disegnato dalla celebre stilista e prodotto e distribuito da Miroglio-Vestebene sono state raccolte, nello Spazio Krizia di Via Manin a Milano, in una mostra dal titolo significativo “Pensa Tondo”.La moda si comunica da sé in quanto è essa stessa una comunicazione. Per questo sembra non aver bisogno di un messaggio pubblicitario che parli del prodotto, della sua qualità o della sua funzionalità. Ha invece bisogno che il messaggio sia in grado di esprimere in qualche modo le motivazioni implicite che possono presiedere all’acquisto, e i significati simbolici di cui il prodotto è carico.

Le campagne pubblicitarie di moda sono immagini, simboli estetici atti a rapportare il mondo rappresentato con il mondo della marca. Abitualmente non hanno bisogno di aggiungere parole all’immagine; quando lo fanno l’intento è preciso. Indicare un beneficio per il consumatore “Belle e comode” sono le Clark. Riflettere un valore, che spesso indica uno stile di vita: “For successful living” sono le tre parole incastonate nella finestra Diesel. A volte il discorso è più lungo e si ha una vera descrizione del prodotto come succede nelle campagne Ferragamo e Loro Piana. Qui la comunicazione si svolge su due piani, uno evocativo ed uno descrittvo. Una fotografia ambientata in un luogo adatto per indossare quel prodotto di alta qualità e l’immagine/prodotto o il disegno/parole che puntano l’attenzione sulla qualità di ogni componente l’abbigliamento ritratto.

Ma ecco che Krizia ha saputo utilizzare delle campagne pubblicitarie uniche nell’universo della comunicazione di moda. L’abito non compare e neppure la modella che con la sua

presenza e le sue misure fisiche, avrebbe falsato il concetto espresso; dal momento che le campagne sono utilizzate per le collezioni “taglie più”. Rimangono invece immagini surreali accompagnate da espressioni che sottolineano il messaggio.

Le campagne pubblicitarie di cui parliamo, ideate per il marchio **Per te by Krizia** disegnato dalla celebre stilista, prodotto e distribuito da Miroglio-Vestebene sono state raccolte, nello Spazio Krizia di Via Manin a Milano, in una mostra dal titolo significativo “Pensa Tondo”.



Le campagne giocano un po’ sull’ironia, come tutte le campagne pubblicitarie che vogliono trasmettere un valore. Dicono “se sono tonde fioriranno”; “nelle tonde c’è più succo” si legge su una arancia tagliata a metà; “cosa sarebbe un mondo senza curve” accompagna un grappolo d’uva i cui chicchi hanno perso rotondità e sono diventati cilindri spigolosi.
Evidentemente non è una comunicazione di prodotto, ma neanche una comunicazione di immaginario dove la consumatrice possa identificarsi nella protagonista di una storia che non corrisponde alla sua realtà quotidiana. E’ la comunicazione di un concetto, un pensiero “tondo”, definito, rispondente ad una quotidianità che non ha bisogno di essere “rappresentata”, ma di essere accettata, assimilata. E ciò non emotivamente, ma razionalmente; non attraverso immagini, ma concetti ironici, e proprio per questo efficaci, perché tendenti a sdrammatizzare una realtà di riferimento che non sempre è vissuta con serenità.
“Ma chi lo ha detto che la bellezza di una donna dipende dalla sua taglia” ammonisce la filosofia di Krizia -il pensiero “a tutto tondo”- per le taglie generose.