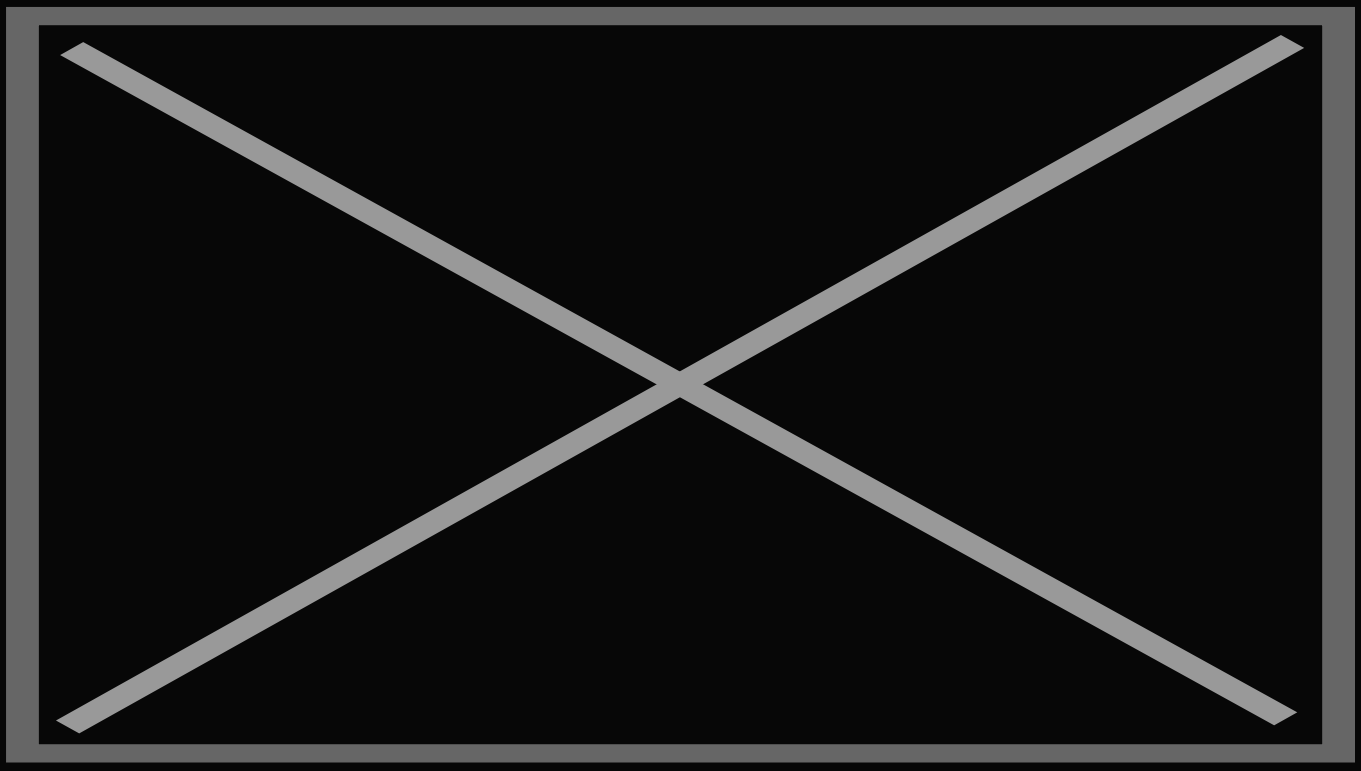
Baz Luhrmann firma la nuova campagna di Bombay Sapphire

baz-luhrmann-hero-campaign-still-286a0216

Bombay Sapphire ha collaborato con il regista di fama internazionale Baz Luhrmann per il lancio della nuova campagna globale: Saw This Made This. Il concept del progetto è il processo alla base di ogni pensiero creativo: vedere un elemento nel mondo e trarne ispirazione per creare qualcosa di straordinario. Un appello, dunque, a imparare e a guardare ciò che ci circonda con occhi nuovi.

La campagna viene lanciata a livello internazionale con Baz Luhrmann al timone della direzione creativa. **Si sviluppa in dieci Paesi, tra cui l'Italia**, dove Saw This Made This approda con la collaborazione con lo scrittore e Direttore Creativo Paolo Stella, che presenterà **un'etichetta Bombay Sapphire in edizione limitata**. La particolarità dell'opera? Sarà il risultato di una catena di suggestioni: per realizzarla, Stella ha coinvolto un gruppo di artisti provenienti da diversi background creativi – Cristina Musacchio, Federica di Nardo e Giotto Calendoli – e chiesto loro di ispirarsi al mondo che li circonda per creare tre artwork, stimoli per l'influencer all'ideazione della artist edition.

L'appuntamento da segnare in agenda è il **15 novembre alle ore 20 presso Torneria Tortona**, una vera e propria exhibition dove verrà presentata la preziosa etichetta. *"Saw This Made This è un progetto che mi ha colpito fin dall'inizio e che ho seguito con grande entusiasmo. È stato per me un onore poter mettere in scena l'immenso potere dell'ispirazione e invitare tutti a guardare il mondo con uno sguardo differente: quello della creatività* – spiega **Paolo Stella**, Scrittore e Direttore Creativo. *Da questa collaborazione con Bombay Sapphire non è nata solo una artist edition ma anche la volontà di risvegliare la scintilla creativa che si cela in ognuno di noi, in grado di trasformare gli elementi del mondo in qualcosa di unico".*

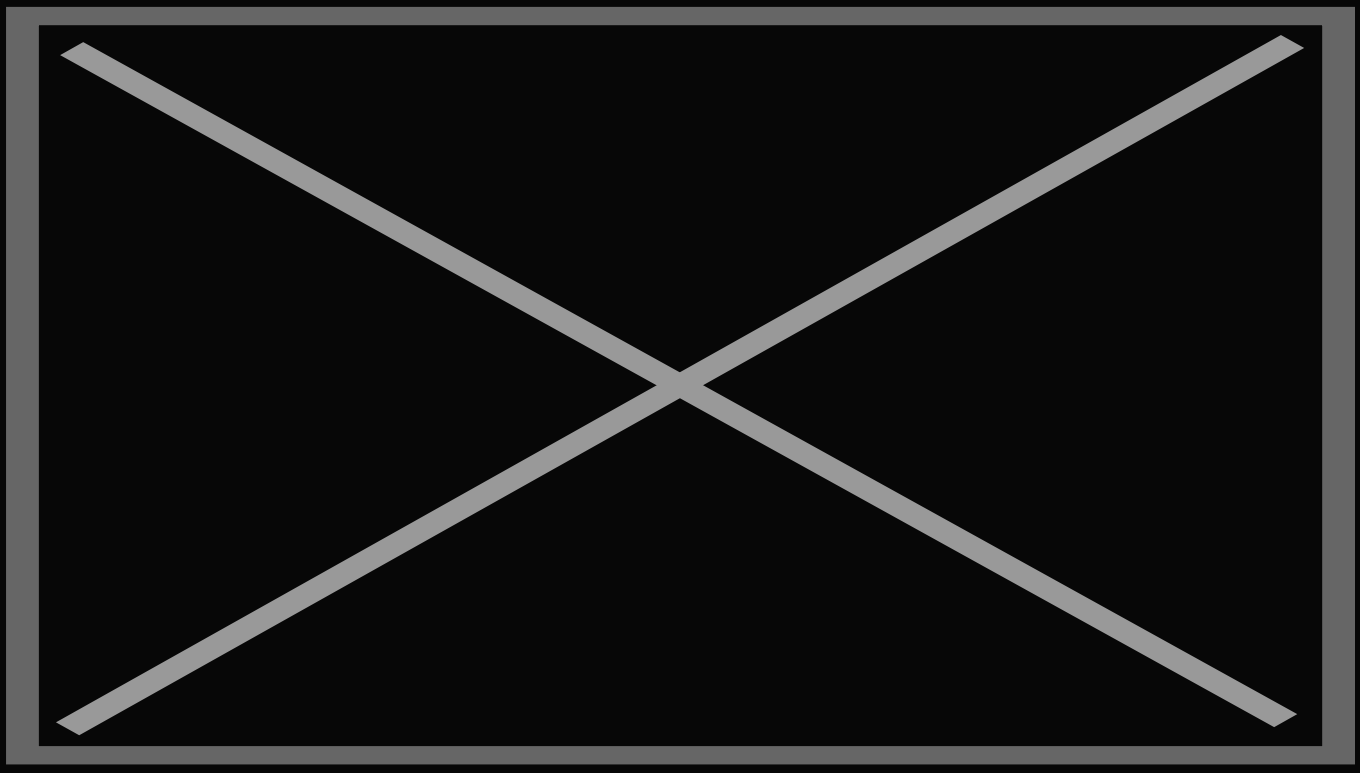


Durante l’evento sarà anche mostrato il frutto di una **nuova partnership con Domus Academy**. Nel contesto della Milano dell’arte e della creatività, Bombay Sapphire ha infatti supportato i giovani creativi dell’area moda grazie al concorso Saw This Made This con l’obbiettivo di **celebrare i processi di ispirazione** attraverso i quali i giovani designer emergenti coltivano il proprio talento. La collaborazione con la prestigiosa istituzione troverà spazio nel setting della mostra grazie al lavoro dello studente vincitore, che svelerà il processo creativo che porta dall’ispirazione alla creazione di un abito.

Così Bombay Sapphire, attraverso un progetto a 360°, **conferma il proprio ruolo attivo sul territorio della creatività**, invitando gli utenti a unirsi al movimento #SawThisMadeThis e a liberare il proprio talento, non solo appannaggio dei leader creativi ma di tutti coloro che sono disposti a guardare il mondo che li circonda e a reinterpretarlo.

“Bombay Sapphire crede che in ognuno di noi ci sia una scintilla creativa, che va alimentata e attraverso cui è possibile creare qualcosa di unico” – commenta **Chiara Pedraglio**, Brand Manager di Bombay Sapphire. *“Con la campagna Saw This Made This ci siamo spinti oltre i nostri confini: abbiamo coinvolto artisti, direttori creativi e tutti i nostri consumatori a prendere parte a un’esperienza unica, al tempo stesso introspettiva e di condivisione, per abbattere le sovrastrutture e liberare la propria ispirazione”.*

Promuovere il potere dell’ispirazione e la creatività che ne deriva è dunque l’obiettivo di Saw This Made This. Nel cortometraggio – e diretto da Juan Cabral – per la campagna di Bombay Sapphire, **Luhrmann ci mostra**, attraverso filmati inediti tratti dal suo archivio personale, come le **esperienze di vita abbiano plasmato il suo processo creativo**, invitando gli spettatori a riconoscere il potenziale inventivo del quotidiano. Il voice over dell’Hero film di Luhrmann è tratto dall’opera eccezionale dell’Aleph di Jorge Luis Borges, che narra di un luogo dove “si trovano, senza confondersi, tutti i luoghi della terra, visti da tutti gli angoli". Grazie alla collaborazione con centinaia di artisti e creativi di diverse discipline, la campagna presenterà video e foto Saw This Made This dimostrando come le persone possano rielaborare il mondo che le circonda e trasformare l’ispirazione in espressione creativa.



"Credo davvero che tutti siano intrinsecamente creativi, indipendentemente da chi sei, da dove vieni o da cosa fai. Non è necessario essere etichettati come artisti per essere considerati creativi. Se ci si concede il permesso di vedere il mondo come una galleria di ispirazioni e di rivedere il modo in cui si pensa alle cose, si potrà sbloccare una parte di sé che non si sapeva esistesse. Collaborando con ***Bombay Sapphire****, voglio incoraggiare le persone di tutto il mondo a pensare a come trasformare l'ordinario in straordinario e a condividere questa ispirazione per rendere il mondo un luogo più creativo"* afferma **Baz Luhrmann**, Creative Director.

Alla campagna parteciperanno anche **Mixologist di tutto il mondo**, che coglieranno la challenge della creatività per trasformare l'ispirazione Saw This in cocktail unici Bombay Sapphire Made This.

Anche l’Italia parteciperà a questo processo, con la **presentazione di un signature cocktail esclusivo** che sarà protagonista durante l’evento del 15 novembre, per un’esperienza indimenticabile di drink tasting.