

---

# *Cavalli* in copertina



Facoltà di Lettere e Filosofia  
Corso di Computer Graphic

---

# Introduzione

La presenza di animali nelle pubblicità è molto frequente, questo perché le loro immagini rievocano emozioni, sia negative che positive, che catturano un immediato interesse di chi le osserva.

I cavalli fanno parte di questi “protagonisti” che ogni giorno, inconsciamente, sponsorizzano prodotti, attività, fiere, gare, ecc. Il cavallo nell’immaginario collettivo raffigura la libertà, principalmente, la grazia, la fedeltà e l’amicizia. Non occorre possedere un cavallo per provare queste sensazioni quando capita di vedere un’immagine, o una foto di questo animale.

Riviste come *Cavallo magazine* sono indirizzate unicamente al mondo del cavallo, del cavaliere e di tutto ciò che orbita intorno a loro. I lettori di questa rivista sono un gruppo relativamente ristretto, con almeno una minima conoscenza dell’animale e di conseguenza anche le pubblicità rispettano questo senso “unico”.

L’età moderna è riuscita a cambiare anche un ambiente come quello equestre, considerato da sempre come un settore conservatore. La moda e l’eleganza nel vestire non interessa più solo il cavaliere, ma anche il cavallo, i prodotti, anche quelli di uso quotidiano, devono essere presentati in modo accattivante e “modaiolo”.

---

Nel presente lavoro verranno analizzate le tecniche pubblicitarie maggiormente utilizzate prendendo in analisi delle pubblicità presenti nella rivista.

Maggiormente esaminate saranno le scelte fotografiche che in questo tipo di pubblicità hanno un forte impatto emotivo.

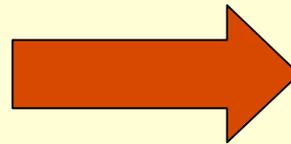


# L'immagine che cattura

Le copertine di luglio/agosto, settembre e ottobre 2002 portano in evidenza la ricerca sull'impatto visivo che produce l'immagine, tutte le copertine della rivista riproducono da sempre la foto di un binomio in parabola spesso ricercate tra le foto dell'ultimo concorso ippico.

Le immagini occupano l'intera copertina lasciando solo lo spazio al nome della rivista, che spesso copre il cavaliere, ma **MAI** il cavallo. Questo soddisfa il compromesso tra l'immediata lettura del titolo e l'immagine completa del cavallo, il vero interesse che colpisce a prima vista il lettore.

Il risultato dovrebbe portare proprio ad un riconoscimento visivo automatico dato da uno standard fisso della copertina portando ad un abbinamento quasi istantaneo immagine-nome della rivista.

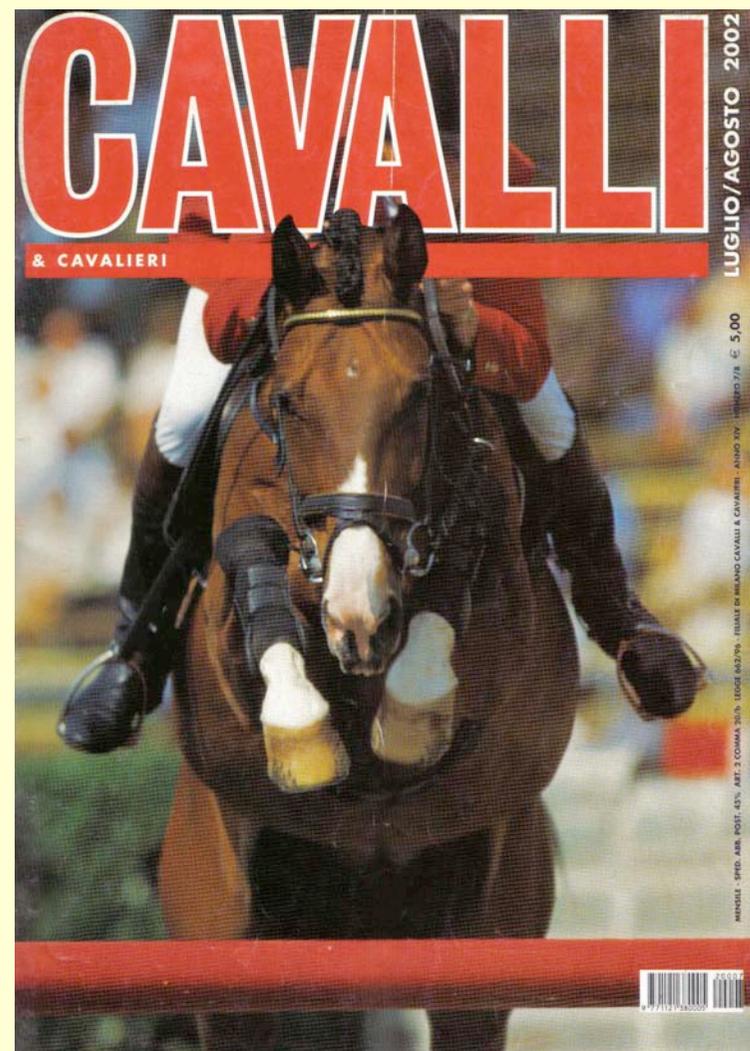


**CAVALLI &  
CAVALIERI**

Nella copertina di luglio/agosto 2002 la scelta è stata indirizzata verso una foto che riprende frontalmente un binomio in parabola, dove il cavaliere viene eclissato dal titolo della rivista, mentre il cavallo padroneggia la scena centrale.

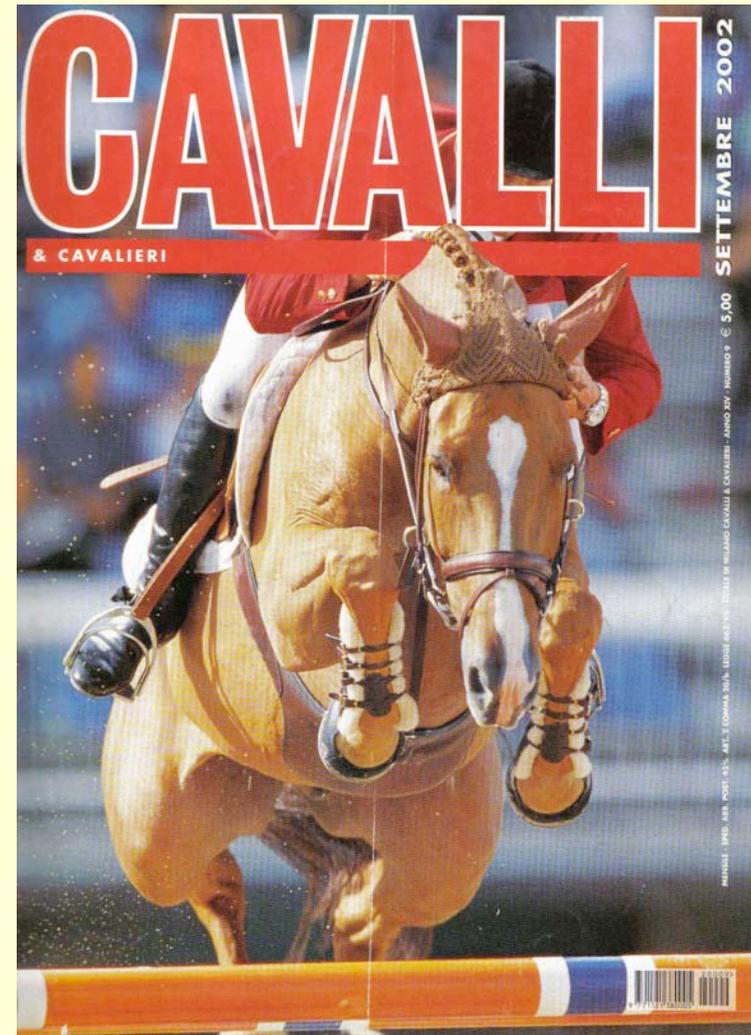
Il pubblico sullo sfondo non viene messo a fuoco così da lasciare come unico punto principale il cavallo e la barriera che sta superando.

L'altezza e la difficoltà del salto non vengono impiegate nella composizione fotografica. Chi conosce la specialità del salto ostacoli sa che il cavallo sta affrontando un percorso impegnativo data la posizione sia del cavallo che del cavaliere.



Nel numero di settembre 2002 viene riproposto un altro binomio in parabola, non più frontale, ma a tre quarti, la foto riprende un salto spettacolare, “da manuale”, persino il colore del salto si trova in equilibrio con il colore del cavallo.

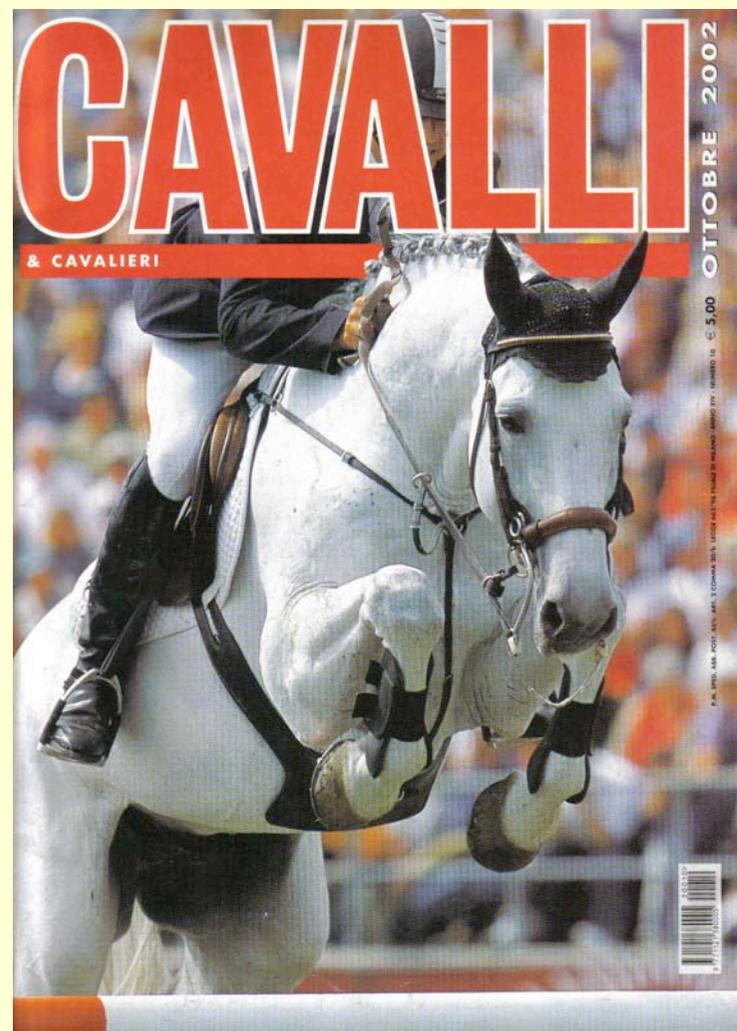
Lo sfondo viene sempre lasciato indefinito, mentre gli schizzi di sabbia vengono lasciati a “fuoco” sotto e dietro al cavallo per rendere ancora più spettacolare l’impresa che l’animale sta compiendo.



Nel terzo esempio, il numero di ottobre 2002, ritroviamo le stesse caratteristiche delle precedenti copertine (molte altre ancora sono state costruite in questo modo).

Si può sottolineare come in queste foto sia perfettamente visibile un altro fattore che la rivista, nei suoi articoli, nomina continuamente: *l'eleganza*.

I cavalli sono sempre bellissimi e curatissimi, persino un grigio, come in questo caso, non ha nemmeno una macchia, la criniera è perfettamente raccolta, finimenti e protezioni sono lucide, quasi nuove. Chiunque conosce i cavalli sa quanto possa essere difficile tenere cavallo e finimenti in condizioni così curate, soprattutto in gara! Ancora una volta, tramite una semplice foto di copertina, la rivista riassume i suoi principi.

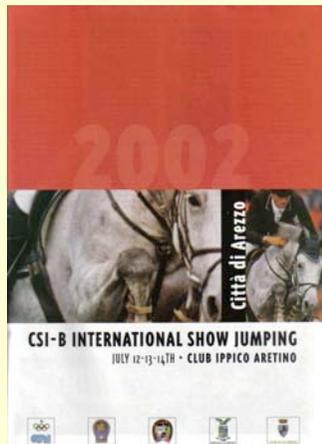


# Manifestazioni equestri

Come primo esempio prendiamo in considerazione le pubblicità di eventi sportivi e fiere, collegate al mondo del cavallo.

I manifesti della *fiera di Verona*, e dei *Grandi Eventi Tecnici* di Arezzo sono due esempi di come un buon grafico pubblicitario sia riuscito in maniera semplice ma di forte impatto, a pubblicizzare due fra gli eventi più importanti del calendario equestre italiano.

Per quanto riguarda i Grandi Eventi d'Arezzo le due locandine (una del 2002, l'altra del 2003) ritraggono sempre una cavallo, ma in modo particolare:

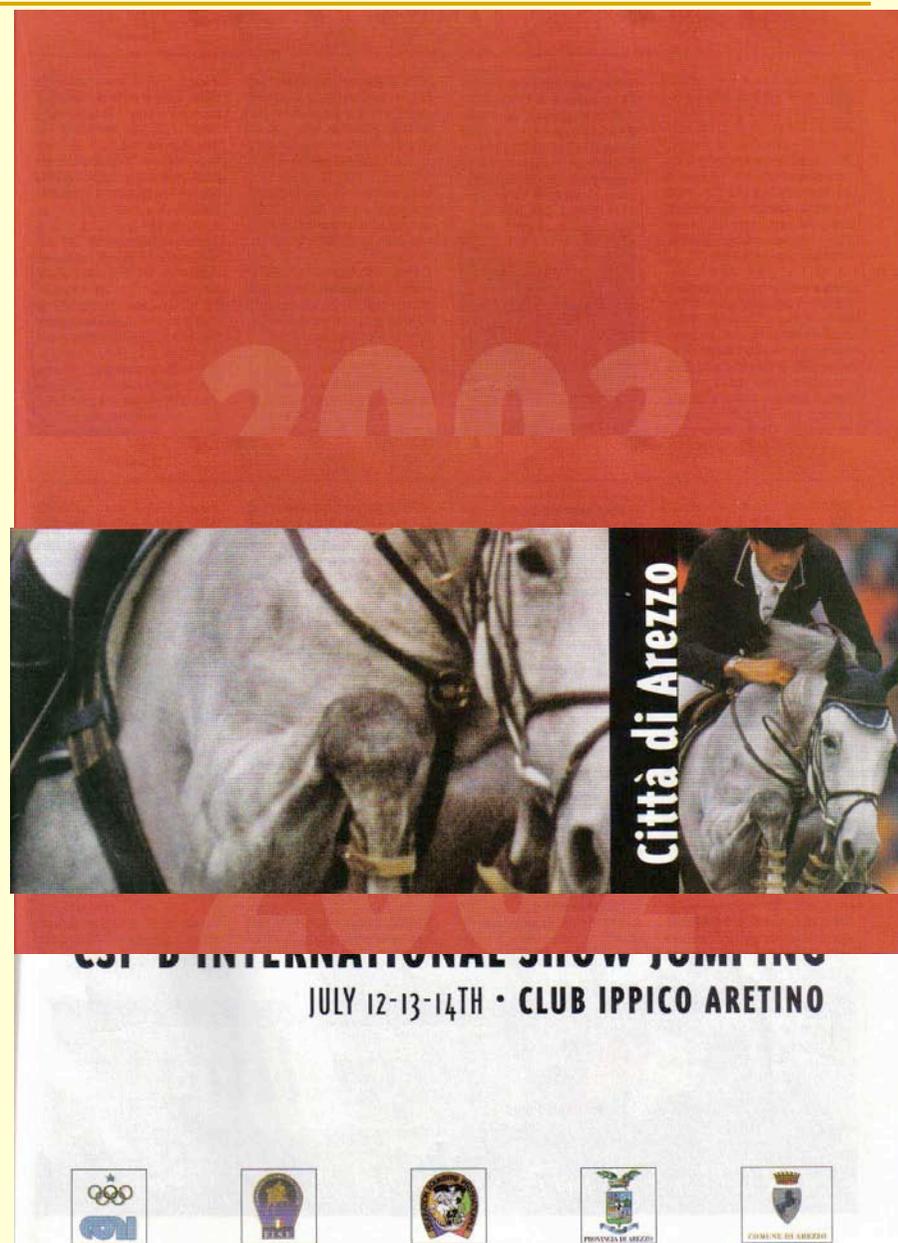


## LUGLIO 2002 – Arezzo

Sicuramente questa è un'immagine che cattura subito l'attenzione tramite l'utilizzo di una spessa banda rosso acceso dove si intravede l'anno in cui si svolge l'evento.

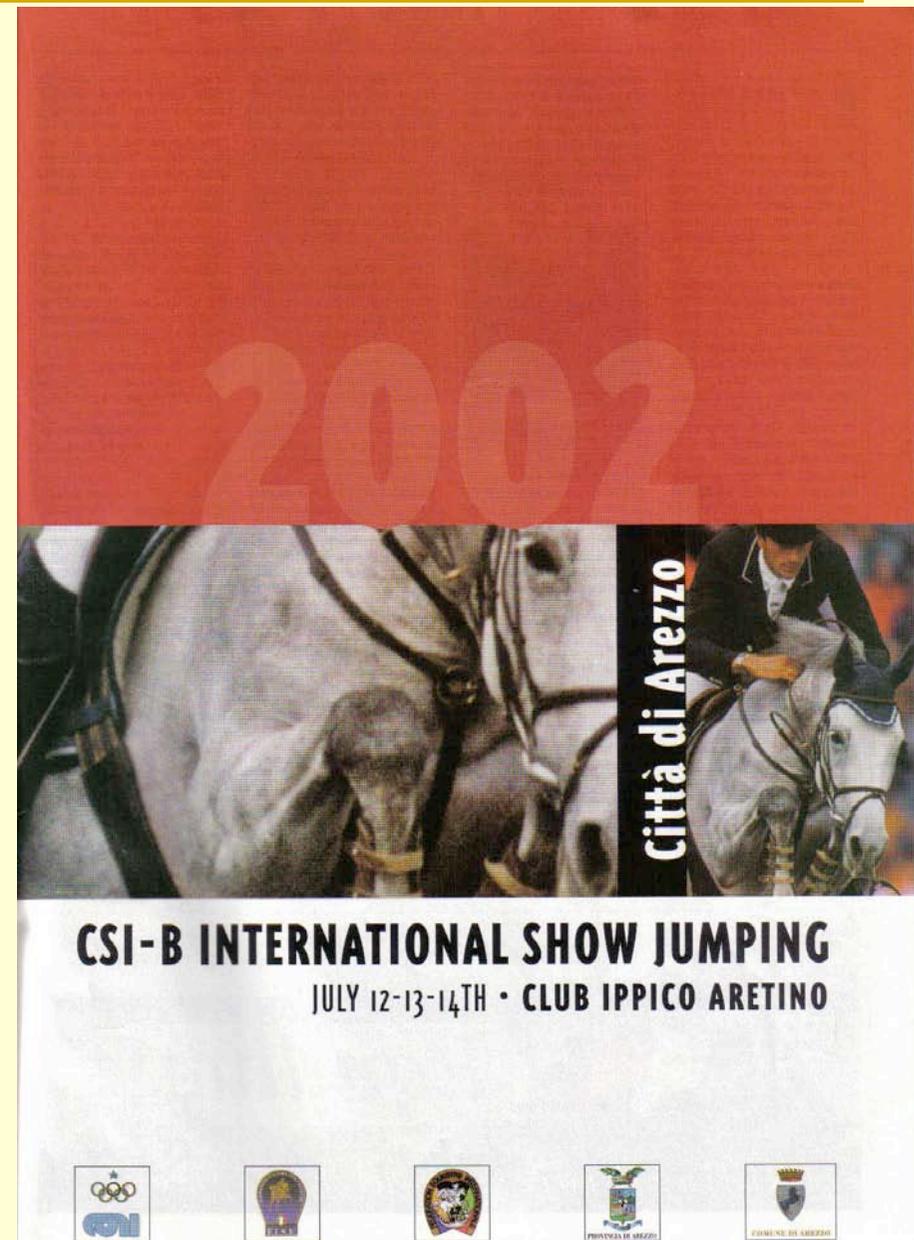
L'intera pagina è divisa in tre blocchi principali, dove ognuno ha un compito informativo:

- La banda rossa cattura l'attenzione, e informa sulla data dell'evento;
- Il blat centrale descrive ciò che si vedrà. La foto del binomio in parabola viene riprodotta a destra con il nome della località, e a sinistra invece, viene ingrandito un particolare della stessa foto, mettendo così in risalto l'immagine del cavallo-atleta vero protagonista della gara;



- Il terzo blat racchiude le informazioni base su dove e quando si terrà l'evento, sulle categorie partecipanti e gli sponsor. Lo sfondo bianco, e le scritte nere risaltano ancora di più la banda rossa superiore.

Nel complesso la pubblicità, malgrado il molto colore usato, rimane semplice, chiara nelle sue informazioni, capace di attirare sia un pubblico esperto ed interessato già all'evento, che tutti gli altri lettori.



MARZO 2003 – Arezzo

Nel 2003 l'immagine del cavallo cattura tutto il piano, vengono eliminati i blat orizzontali, lasciandone solo uno verticale.

La foto usata è molto particolare, sia per l'inquadratura scelta (come se il fotografo si trovasse sdraiato a terra davanti al cavallo), che per l'azione che il cavallo compie: il pubblico in questo caso si divide in esperti e non, dove il primo riconosce nel movimento dell'animale un grande equilibrio dato dall'allenamento, mentre il secondo verrà colpito dall'enfasi che la foto trasmette, ancora più accentuato dal fascio di luce naturale che taglia trasversalmente il centro della foto.

AREZZO EQUESTRIAN CENTRE

AREZZO EQUESTRIAN CENTRE CITTÀ DI AREZZO 2003

AREZZO EQUESTRIAN CENTRE

Grandi Eventi Tecnici  
Campionati Italiani a Squadre

28 29 30 MARZO

LOC. GENTILE, 45 - SAN ZENO (AR) - TEL. 0575 997000 - WWW.GEKAREZZO.COM - E-MAIL: INFO@GFKAREZZO.COM

Logo of the Italian Equestrian Federation (FEI) and the Italian Olympic Committee (C.O.N.I.) are also visible.

Il cavallo e la luce si incrociano, formando una X virtuale che attira l'attenzione nel centro del foglio, dove, non casualmente, vengono riportate le informazioni del luogo, della data e degli sponsor dell'evento.

Questo si può considerare un esempio "da manuale" di come un grafico pubblicitario possa, con un semplice particolare di una foto, dare molte informazioni sia ad un pubblico esperto (che non ha bisogno di vedere il parco ostacoli del concorso per capire subito di cosa si sta interessando), che a quello amatoriale (che rimane colpito anche solo dalla bellezza della foto, sponsorizzatrice di un evento avente come protagonisti cavalli, ma soprattutto bellissimi cavalli!)



**AREZZO EQUESTRIAN CENTRE** CITTÀ DI AREZZO 2003

AREZZO EQUESTRIAN CENTRE

**Grandi Eventi Tecnici**  
**Campionati Italiani a Squadre**

**28 29 30 MARZO**

LOC. GENTILE, 43 04020 AREZZO (AR) - TEL. 0575 99200 - WWW.GTAREZZO.COM - E-MAIL: INFO@GTAREZZO.COM

## VERONA 2002

La pubblicità è costruita utilizzando sempre un particolare di una foto di un cavallo che occupa la metà sinistra del foglio, lasciando l'altra metà a disposizione delle scritte.

Le due parti sono unite dal significato uguale che trasmettono: lo sguardo del cavallo a sinistra, lo slogan a destra.

Il logo, le scritte e il blat inferiore utilizzano tutti e tre i colori bianco, nero e oro. Questo crea uniformità dell'insieme, senza appesantire l'immagine del cavallo che rimane protagonista.



 **104<sup>a</sup>**  
**fieracavalli**  
Verona 7 - 10 novembre 2002

**C'è una fiera da vedere  
con occhi diversi.**

Una grande manifestazione internazionale, unica  
per la qualità e varietà delle iniziative.  
Per il sportivo, per il campione,  
per il turista. Per chi ama  
il meraviglioso mondo dei cavalli.

[www.fieracavalli.com](http://www.fieracavalli.com)

  
VERONAFIERE  
Viale del Lavoro, 8 - C.P. 525 - I - 37100 VERONA  
Tel. +39 045 829 8111 - Fax +39 045 829 8288  
info@veronafiere.it - www.veronafiere.it

Fieracavalli in collaborazione con  
  
BANCA POPOLARE DI VERONA

 **FEI WORLD CUP JUMPING**  
Tappa della Coppa del Mondo  
FEI di salto ad ostacoli

Fieracavalli con il patrocinio  


Si può invece visionare questa pubblicità per far notare, contrariamente alle precedenti, come la grafica sia stata riempita di elementi disorientando chi la guarda.

L'iniziativa del tagliando, nella parte inferiore, ha rovinato ulteriormente un'immagine già appesantita, nella parte centrale, dai colori scuri.

L'immagine è molto complessa e non risalta i cavalli, protagonisti della fiera; il campanile sbilancia la composizione a destra, distogliendo l'attenzione, ma senza focalizzarla su altri elementi importanti.

**TRAVAGLIATO CAVALLI**  
XXIV  
edizione

uffine@ampas@travagliatocavalli.com

presentato alla cassa della fiera  
il coupon consente l'ingresso  
ad un prezzo di € 7  
anziché di € 9

CONCORSI E RASSEGNE  
EQUINE NAZIONALI  
ESPOSIZIONE  
DELLE ATTREZZATURE

TRAVAGLIATO  
CAVALLI  
EXPO

INVITO CON RIDUZIONE  
**25-26-27 aprile 1-2-3-4 maggio 2003**  
orario continuato: 8.00-23.00

Organizzazione a cura: A.S.T. spa tel. 030 6864508 - fax 030 6864390  
www.travagliatocavalli.com

da ritagliare e consegnare  
alla biglietteria della manifestazione

Logos: UNICEF, etc.

# Dall'economia alla pubblicità

Durante l'anno 2002, per il settantesimo anniversario dell'UNIRE (Unione Nazionale Incremento Razze Equine) sono stati pubblicati una serie di pubblicità sponsorizzanti allevamento, corse, ippodromi, scommesse, ricerca medica e genetica.

In questo caso prenderemo come esempio quattro della serie delle pubblicità analizzandone gli aspetti grafici:

La pubblicità occupa due pagine intere del giornale lasciando un blat a destra per il calendario degli eventi e un altro blat più piccolo per lo slogan. La foto è un particolare che rievoca il senso della scritta stampata su essa.

La foto è messa a fuoco solo nel particolare interessato, lasciando sfuocato lo sfondo.





# Da accessori a “oggetti di culto”

Gli sport equestri sono da sempre considerati la “culla” dell’eleganza, ambienti elitari con una moda a se, indipendente. Oggi giorno non è più così, la ricerca dell’eleganza viene ritenuta parte integrante dello sport, ma la novità coinvolge soprattutto il cavallo stesso, che non deve essere solo pulito e in ordine, ma deve rispettare i canoni dettati dalla moda del momento.

Il cavaliere migliore non deve solo vincere, ma deve anche essere il modello da cui prendere esempio, da questo punto di vista si sono sviluppate quasi tutte le ricerche pubblicitarie nel campo del vestiario e degli accessori.

Elementi base, come sella e finimenti, ormai tecnologicamente saturi, subiscono una continua ricerca estetica.

Il problema principale, che hanno dovuto affrontare tali aziende, a livello pubblicitario, è stato quello di riuscire a presentare il prodotto in modo elegante, facendosi riconoscere senza difficoltà, sfruttando la popolarità del marchio stesso, o avvalendosi della collaborazione di testimonial famosi (come la Nike ha Ronaldo, la Prestige ha Jerry Smit).

Verranno presentati alcuni esempi su come diverse ditte hanno saputo, e potuto, presentare i loro prodotti.

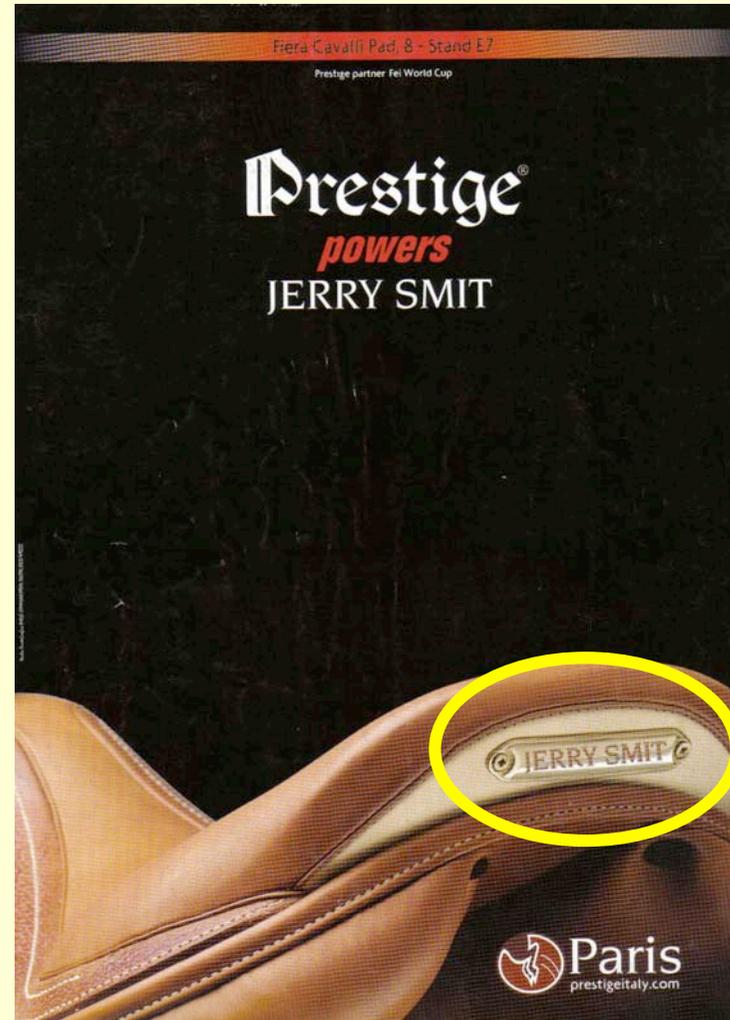
# Selle – Top del settore

Da considerare come primo esempio data la sua popolarità, il marchio Prestige rappresenta il pilastro fondamentale della fabbricazione artigianale di alta qualità delle selle italiane.

Sponsorizzata da grandi cavalieri come Michel Robert e Jerry Smit, la Prestige non ha bisogno di grandi presentazioni nelle sue pubblicità.

In quella presente la pagina, completamente nera, fa risaltare la sella, anche se questa non mostra alcun particolare, tranne la targa riportante il nome del famoso cavaliere.

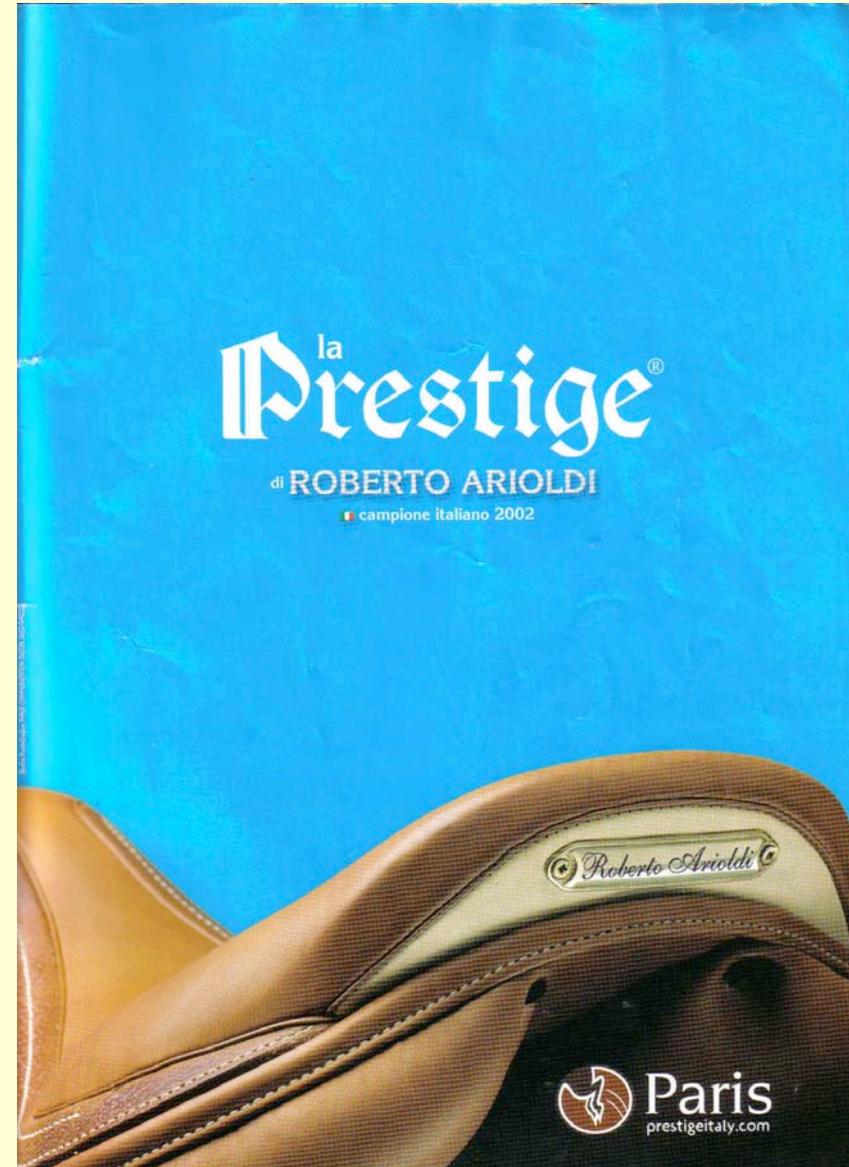
Il bianco della scritta risalta il nome della ditta, mentre il rosso illumina la parte superiore della pagina, altrimenti troppo buia, sottolineando l'indirizzo.



Anche Roberto Arioldi è sponsorizzato dalla Prestige. Ma in questo caso lo sfondo azzurro crea meno contrasto cromatico con le scritte bianche, ma rende l'immagine più luminosa.

Il taglio della sella è sempre lo stesso, non mette in risalto i particolari, ma solo la targhetta con il nome del cavaliere.

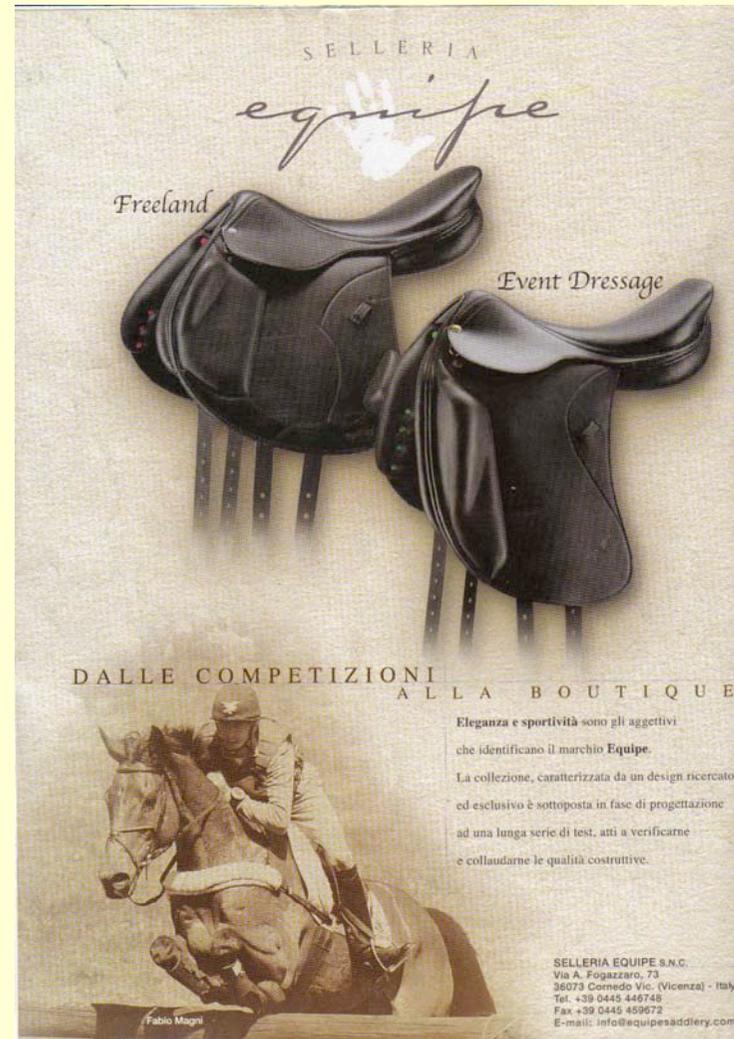
La scelta cromatica dello sfondo ha eliminato l'esigenza della cornice colorata per bilanciare il tutto (come invece era stata usata in precedenza).



# Selle – Marchi popolari

L'Equipe è una marca conosciuta nel mondo equestre, ma non potendo fruttare, come la Prestige, un nome “prestigioso”, è costretta a inserire nel foglio pubblicitario il prodotto finito, il simbolo dell'equitazione moderna (un binomio vincente) e parti scritte che spieghino e rafforzino il marchio produttore.

Nel complesso l'immagine è suddivisa in due blocchi principali, quello superiore, più grande e più importante, che mostra il prodotto da vendere, ed uno inferiore, più esplicativo, che mostra l'eleganza, e spiega in poche righe la filosofia del marchio.



SELLERIA  
*equipe*

Freeland

Event Dressage

DALLE COMPETIZIONI  
ALLA BOUTIQUE

Eleganza e sportività sono gli aggettivi  
che identificano il marchio Equipe.  
La collezione, caratterizzata da un design ricercato  
ed esclusivo è sottoposta in fase di progettazione  
ad una lunga serie di test, atti a verificarne  
e collaudarne le qualità costruttive.

SELLERIA EQUIPE S.N.C.  
Via A. Fogazzaro, 73  
36073 Comedo Vic. (Vicenza) - Italy  
Tel. +39 0445 446748  
Fax +39 0445 459672  
E-mail: info@equipesaddlery.com

Fabio Magni

Come nell'altra pubblicità l'Equipe ripropone lo stesso stile d'impaginazione, cambiando solo il prodotto sponsorizzato.

Come nella precedente lo studio sul colore è fatto a posta per risaltare il nero delle selle, di certo l'utilizzo di selle marroni o rosse avrebbe comportato uno sfondo diverso.

I caratteri utilizzati sono diversi, questo per sottolineare ancora di più il nome della ditta da un lato, e il nome del modello della sella, dall'altro, senza dover usare troppi colori.

SELLERIA  
*equipe*

*Grand Prix*

DALLE COMPETIZIONI ALLA BOUTIQUE

Eleganza e sportività  
sono gli aggettivi che identificano  
il marchio **Equipe**.  
La collezione, caratterizzata  
da un design ricercato  
ed esclusivo è sottoposta  
in fase di progettazione  
ad una lunga serie di test,  
atti a verificarne e collaudarne  
le qualità costruttive.

SELLERIA EQUIPE S.N.C.  
Via A. Fogazzaro, 73  
36073 Cornedo Vic. (Vicenza) - Italy  
Tel. +39 0445 446748  
Fax +39 0445 459672  
E-mail: info@equipesaddlery.com

Vicenza: Chini

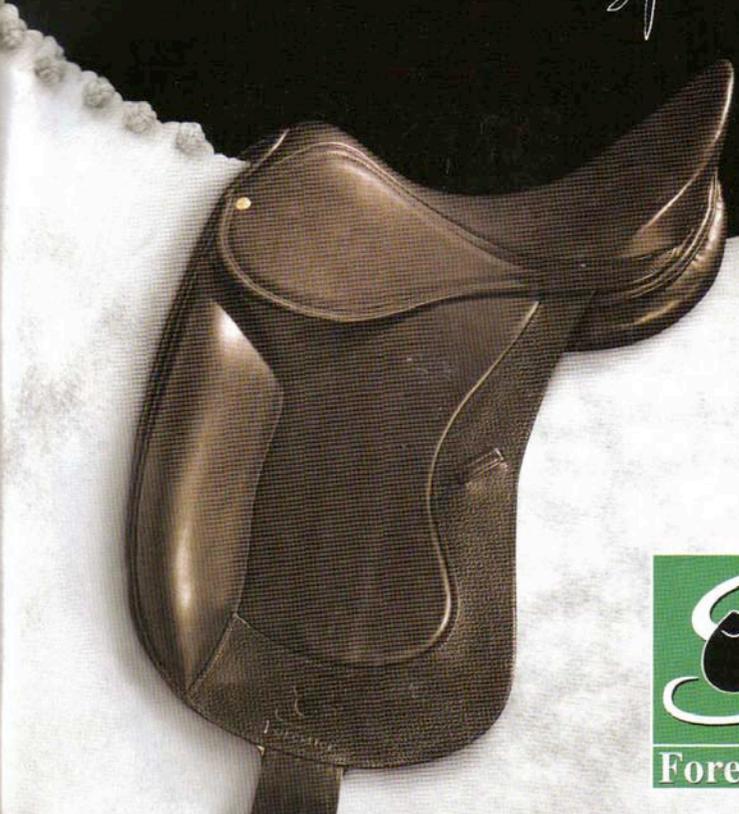
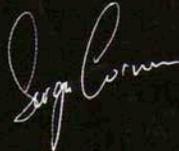
La ditta Forestier ha puntato le sue scelte pubblicitarie verso una serie di immagini che rimangono immutate, tranne che nel particolare del cavallo, che cambia in zebra.

L'immagine è costruita in modo semplice con in primo piano una sella su un cavallo, su uno sfondo nero, per far risaltare le lettere bianche, e un blat verde che riprende il logo.

La criniera del cavallo è raccolta come si usa durante i concorsi, questo risalta l'aspetto professionale del prodotto.

Nouvelle selle de dressage "Serge Cornut" par Forestier.

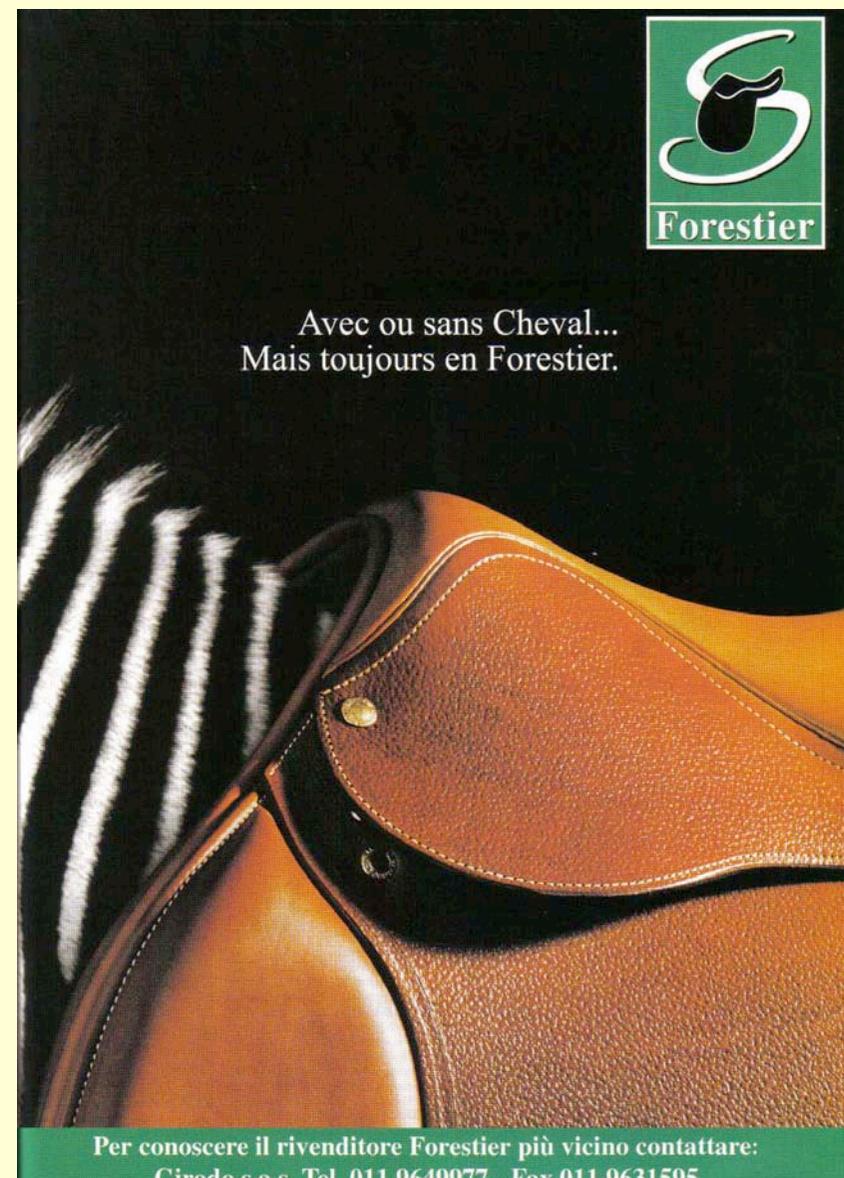
Avec ou sans Piaffer...  
Mais toujours en Forestier.



Per conoscere il rivenditore Forestier più vicino contattare:  
Girodo s.a.s. Tel. 011.9649977 - Fax 011.9631595

In questa seconda serie il cavallo viene sostituito da una zebra, questa immagine rafforza lo slogan ancora più accentuato dallo sfondo nero, in contrasto con le lettere bianche (con o senza cavallo.. Ma sempre su una Forestier).

Il blat verde riprende il logo, posto in alto a destra. Decentrando l'immagine verso destra.

The advertisement features a dark background. On the left, the black and white stripes of a zebra's body are visible. On the right, a close-up of a brown leather saddle is shown. In the top right corner, there is a green square logo with a white stylized horse head and the word 'Forestier' in white text below it. The text 'Avec ou sans Cheval... Mais toujours en Forestier.' is centered in white. At the bottom, a green banner contains white text providing contact information for the nearest retailer.

Avec ou sans Cheval...  
Mais toujours en Forestier.

Per conoscere il rivenditore Forestier più vicino contattare:  
Girodo s.p.a. Tel. 011 9649977 - Fax 011 9631595

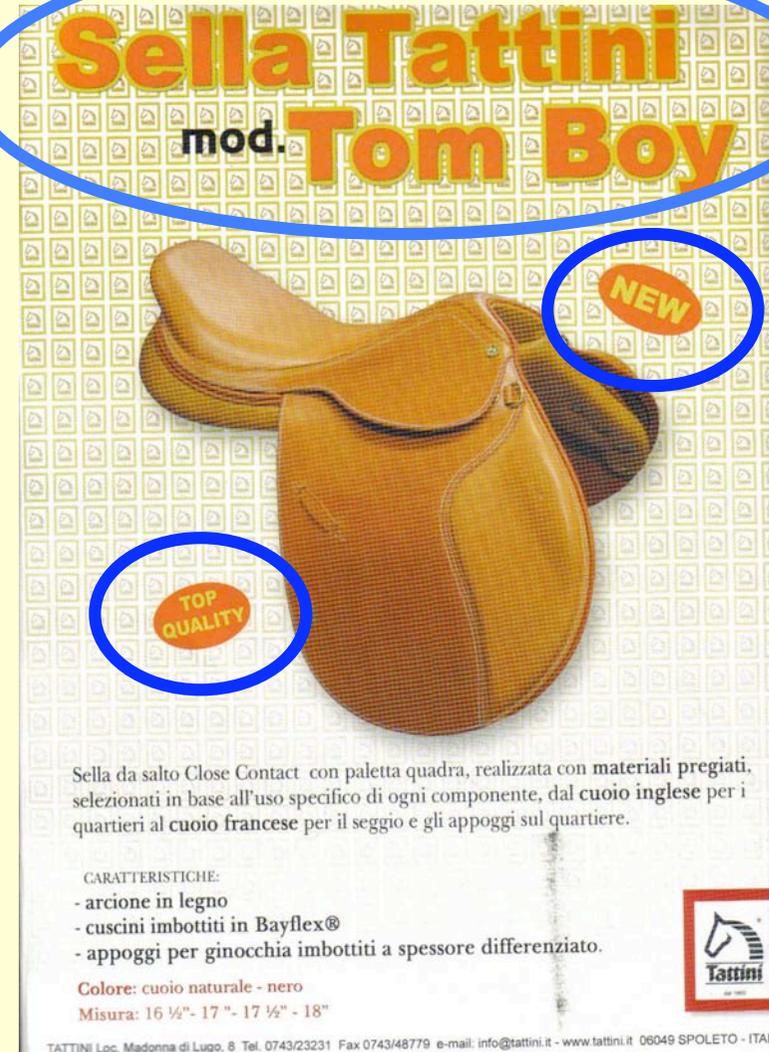
# Selle – ditte secondarie

La ditta Tattini, non potendo competere con altre come Prestige ed Equipe ha dovuto puntare su pubblicità che sottolineassero principalmente la qualità del prodotto, insieme al nome della ditta stessa.

Lo sfondo è sfumato dal basso verso l'alto per far risaltare nella parte più chiara le scritte in nero, informative; nella parte più alta, dove lo sfondo diviene più scuro, la scritta rossa risalta maggiormente.

Le scritte “new” e “top quality”, sono dei rafforzativi di garanzia, che marche come quelle già analizzate non hanno bisogno di esporre.

Anche se nell'insieme la pagina pubblicitaria non è soddisfacente, si può notare un particolare originale, nello sfondo: il motivo cromatico è dato dalla ripetizione del logo della ditta.



**Sella Tattini**  
**mod. Tom Boy**

**NEW**

**TOP QUALITY**

Sella da salto Close Contact con paletta quadra, realizzata con materiali pregiati, selezionati in base all'uso specifico di ogni componente, dal cuoio inglese per i quarti al cuoio francese per il seggio e gli appoggi sul quartiere.

CARATTERISTICHE:  
- arcione in legno  
- cuscini imbottiti in Bayflex®  
- appoggi per ginocchia imbottiti a spessore differenziato.

Colore: cuoio naturale - nero  
Misura: 16 ½" - 17" - 17 ½" - 18"

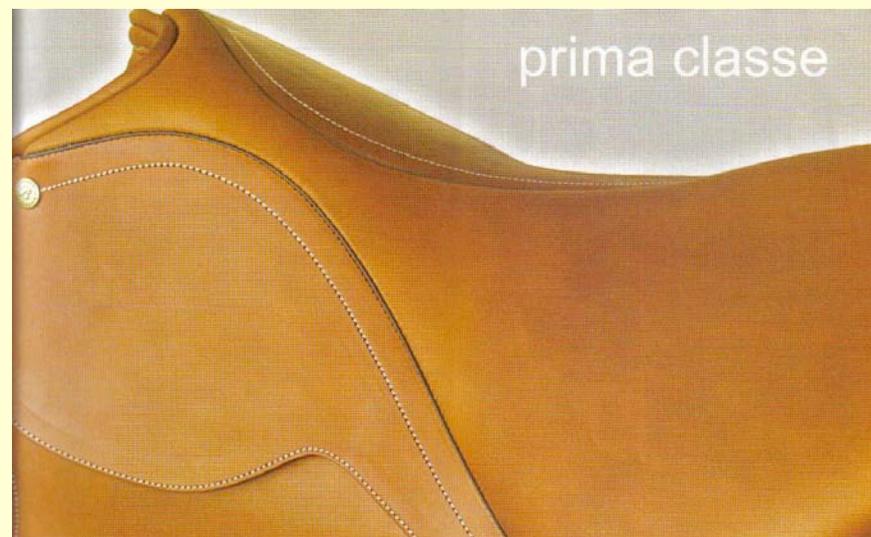
**Tattini**

TATTINI Loc. Madonna di Lugo, 8 Tel. 0743/23231 Fax 0743/48779 e-mail: info@tattini.it - www.tattini.it 06049 SPOLETO - ITALY

Questo secondo esempio conferma quanto detto precedentemente: la ditta Tattini, non godendo come altre di grande fama deve proporre i suoi prodotti, insieme ad altri elementi che ne garantiscano la qualità.

In questo caso tutta la parte inferiore viene occupata dagli indirizzi dei punti vendita; viene mostrato più di un prodotto per far notare la varietà di scelta possibile.

Questo tecnica pur fornendo un utile servizio al cliente disturba e appesantisce la forma grafica.



Prova gli eccezionali cuscini ad aria CAIR e gli archetti intercambiabili nei seguenti punti vendita:



CAVALLI SPORT VIGLIANO BIELLESE (BI) 015 512156 - **FE.MIR.ZOOTEC**. NOVARA 0321 455490  
OTTAVA MERAVIGLIA CALUSO (TO) 011 9833859 - **PUNTO EQUITAZIONE** PINEROLO (TO) 0121 73615  
RIDER'S SHOP SNC TORINO 011 885621 - **THE LUCKY TIME** VOLPIANO (TO) 011 9881973  
ALESSANDRO CARMINATI SELLERIA MONTICHIARI (BS) 030 961574 - **DOSSI CLAUDIO** GAVIRATE  
(VA) 0332 744007 - **EQUI CENTER ALME** (BG) 035 541165 - **LA STAFFA** di **BONAVERA P.** ROBECCETTO  
(MI) 0331 876395 - **MASCHERONI SNC** GIUSSANO (MI) 0362 850178 - **M.M. SPORT** LAZZATE (MI)  
02 96328633 - **SELLERIA FERRI DA CAVALLO** CORTINE DI NAVE (BS) 030 2530443 - **SELLERIA**  
**GIANOLI** PAVIA 0382 466475 - **TOMBINI ERCOLE** PEDRENGO (BG) 035 663726 - **PEPITA DE**  
**ORO** GRUMULO DELLE ABBADESSE (VI) 0444 583899 - **SELLERIA ANTONELLO ROBERTO**  
CITTADELLA (PD) 049 9402085 - **ZOCCARATO GIAMPAOLO** S. GIUSTINA IN COLLE  
(PD) 049 9301961 - **AMICO CAVALLO** MILLESIMO (SV) 019 565641 - **GIOVACCHINI MAURO** CAMPI  
BISENZIO (FI) 055 8777049 - **GRIFONI LUCIANO** da **GIULIETTA** VICCHIO MUGELLO (FI) 055 8497155  
**SELLAI DI PISA** PISA 050 531292 - **LA SELLERIA** COLLE VAL DELSA (SI) 0577 923868 - **TUTTO CAVALLO** di  
**PIERACCIOLI STEFANO** CAMAIORE (LU) 0584 989736 - **SATOMA CECINA** (LI) 0586 684204 - **SELLERIA DUE EFFE**  
MONTERIGGIONI (SI) 0577 588173 - **SELLERIA TUTTO EQUITAZIONE** PISTOIA 0573 986047  
**THE HORSE SADDLERY** BETTOLLE-SINALUNGA (SI) 0577 624597 - **ROSI SNC** CAMPOGALLIANO (MO) 059 526973  
**SELLERIA** SPOLETO (PG) 0743 223025 - **TUTTO CAVALLI BY SARA** OSIMO SCALO (AN) 071 781666  
**DE CERVETERI** (RM) 06 9941502 - **DITTA COLINI** ROCCA PRIORA (RM) 06 9470129 - **IL CAVALLO** di  
06 50917772 - **SELLERIA CAPANNELLE** di **ZACCARIA LUCIANO** ROMA 06 7290280 - **SELLERIA CAROSI**  
(RM) 06 9086553 - **ARMENANTE SNC** CAVA DE' TIRRENI (SA) 089 461444 - **THE WHIP** AGNANO  
(CI) 081 7634517 - **ANIMAL ZOO DOG HOUSE** GIOIA TAURO (RC) 0966 51425 - **EQUIPASSIONE** di **DI PIETRO**  
**RAFFAELE** COMISO (RG) 0932 721422 - **SELLERIA SCIACCA** S.GIOVANNI LA PUNTA (CT) 095 7411323



TATTINI s.p.a. Loc. Madonna di Lugo, 8 Tel. 073/23231 Fax. 0743/48779 e-mail: info@tattini.it - www.tattini.it 06049 SPOLETO - ITALY

# Staffe di “lusso”

Sempre la Prestige propone pubblicità di accessori, che oggi giorno acquisiscono sempre più valore: le staffe.

La ricerca tecnologica è sempre all'avanguardia, soprattutto nei materiali, ma come per le selle la Prestige non ha bisogno di grandi slogan per vendere, basta il suo nome e i suoi atleti.

L'innovazione tecnologica fa sì che nella pubblicità venga aggiunta l'immagine più dettagliata dell'oggetto in questione.

Sempre la posizione, del cavallo e del cavaliere, fa capire a quali livelli stanno partecipando, quindi a quali livelli arriva la Prestige



# Non solo cavalli

Se il cavallo viene portato fino agli estremi della “moda equina” figuriamoci il cavaliere!!

La casa di tessuti più conosciuta in Italia è sicuramente Loro Piana.

Molti cavalli prendono persino il nome da questa ditta (es: Loro Piana Havinia, la cavalla di Govoni, capitano della nazionale Italiana).

In questa pubblicità l'immagine è centrata sulla coppa, c'è il cavallo, ci sono i vestiti eleganti, ma quello a cui si vuole dare maggiormente importanza è la vittoria, e dove c'è questa, c'è Loro Piana.

Il marrone del logo, in basso a destra equilibra l'immagine con il marrone del blat, in alto a sinistra.



**Anche se l'eleganza e la compostezza sono alla base dell'equitazione, quello che è veramente importante è l'affiatamento che esiste fra i due elementi del binomio!!**



Foto e pubblicità tratte dalla rivista *Cavalli & cavalieri* di  
Luglio/agosto 2002, Settembre 2002, Ottobre 2002,  
Dicembre 2002, Febbraio 2003 e Marzo 2003.