

[Click Here](#)



Manifesto campari depero

Fortunato Depero, il più creativo degli artisti futuristi, firmatario del manifesto "Ricostruzione futurista dell'universo", collaborò con Davide Campari negli anni '20 e '30 realizzando i famosi bozzetti per le pubblicità dei suoi prodotti. Il grande industriale nel 1932 ritenendo maturi i tempi per presentare al mercato il primo aperitivo monodose pronto da bere, commissiona a Fortunato Depero l'ideazione della bottiglia che avrebbe dovuto contenere. La sua inconfondibile bottiglietta conica, a forma di calice rovesciato, è ancora oggi icona del design e dell'aperitivo italiano. La forma conica è distintiva dell'opera di Depero per Campari già dalla metà degli anni Venti. Dapprima compare in due pupazzi-scuola dal 1925/1926, seguiti nel 1928 dal bozzetto Campari Soda, in cui compare l'immagine della bottiglietta sormontata da un tappo a corno e negli anni successivi da altre chine in cui la forma tronco-conica è protagonista. Davide Campari denuda la bottiglia dell'etichetta per far risaltare l'intensa tonalità di rosso attraverso il vetro e stampa a rilievo il nome del marchio e della ditta: "Preparazione speciale, Davide Campari & C. Milano - Campari Soda". I tratti distintivi della bottiglia sono e rimarranno la forma, il colore, il materiale, la texture a buccia d'arancia, elementi di rottura rispetto alle convenzioni delle forme pubblicitarie tradizionali dell'epoca. Nel 1919 Depero aveva creato la Casa d'Arte Futurista, con funzioni paragonabili a quelle di un'odierna agenzia di pubblicità, mettendo poi a punto proprio per Campari un'originale strategia di comunicazione. Per lo stesso Depero "l'arte deve marciare di pari passo all'industria, alla scienza, alla politica, alla moda del tempo, glorificandole - tale arte glorificatrice venne iniziata dal futurismo e dall'arte pubblicitaria - l'arte della pubblicità è un'arte decisamente colorata, obbligata alla sintesi... arte gioconda - spavalda - esilarante - ottimista". Biografieadmind2019-11-01T15:59:15+01:00 © Copyright | Archivio Depero su autorizzazione degli Eredi Depero | All Rights Reserved | Privacy Policy The link between the futurism and the Campari Company was born in 1924, certainly propitiated by his friend and futurist Fedele Azari. But even if we cannot accurately reconstruct the circumstances and the extent of the first commissions for Campari, when we move towards the biennium 1925-26 we can observe some significant works that testify an already consolidated relationship. On one side a huge poster for the Bitter Campari that stands out on the Parisian rooftop in a photo dated 1926, on the other the famous oil painting "Squisito al selv." (Exquisite drink and soda). From spring to autumn 1925 Depero was in Paris present at the great Exhibition of Decorative Arts and, therefore, it is not out of place to think that the order for Campari was grown in those circumstances. Then, in 1926, Depero participated in the XV Venice Art Biennale where he presented an oil painting dedicated to the Commendatore Campari and titled "Squisito al selv.". The thing in itself would have nothing extraordinary if it were not for the author's important precise statement, added to the work in each of its publications: "Advertising painting - Non poster". To underline this statement, Depero turns upside down one of the most commonly adopted compositional principles in the creation of wall posters: namely the height must be greater than the base, ordering instead the figurazione in a horizontal sense. The scene, dominated by remarkable effects of plasticity and interpenetration marked by a glittering chromaticism, represents some patrons of a probable Bar Campari while they are tasting the Bitter with soda water, the most fashionable drink at the time. Depero denies art as it was understood by idealistic aesthetic speculations, affirming that the artistic product is not pure, disinterested or spiritual, but utilitarian and ideologized, as he would have furtherly specified in his Manifesto on the Futurist Advertising Art of 1931. The work of art, in short, as well observed by Glauco Viazzi in one of his last writings, is, from conception to fruition, the vehicle of something else. So it is evident here that the meeting with Davide Campari, owner and also art-director of the company, and the futurist Depero, represents a very precise, emblematic case, both in the history of 20th century Art and in the field of Communication. For Campari, Depero over the years, at least until 1931, created dozens and dozens of projects for colorful posters and black and white sketches. Of the former, only a few were actually used, precisely because Campari verified that his "client-type" was the middle-bourgeois who, rather than looking at the posters on the streetwalls, used to read quickly the newspaper sitting at the bar. And therefore the black-white advertisements were the ones actually published. But then Depero also designed advertising furnishings, lamps, trays, wooden puppets, and even advertising totems. Some of his creations were considered too modern for the time. Just think to the 1928 Bevitore (Drinker) on a purple background: its chromatic impact, notable even today, if printed and affixed. It would have been a sort of "yesomen against the people who saw it" ... to quote an advertising magazine of the time. Besides, its extreme linearity and conciseness immediately communicated the message, somehow urging the people to buy the product. But the most extraordinary aspect is the lettering which, although over ninety years old, is so extremely current even nowadays. It seems to come from computer graphics, but it is precisely from "Pad-Man", a very famous game of the 80s of last century. And, then, another creation by Depero, already outlined in 1925, is the famous Campari Soda bottle which, although never commercialized by the brand, is now considered a true masterpiece of the modernity and timeliness of Depero's ideas. Yet another demonstration of the strong bond that still exists between Depero and Campari. Fortunato Depero nato il 30 marzo 1893 a Fondo, in Trentino, è stato uno dei più influenti artisti del Futurismo e dell'arte contemporanea in Italia. Trasferitosi a Verona per gli studi, si avvicinò al movimento futurista, affacciandosi come uno dei primi Dieci. Durante un soggiorno a Roma, nel 1913, rimane colpito dalla mostra di Umberto Boccioni, dove conosce anche molti dei suoi "idoli", tra cui Giacomo Balla e Filippo Tommaso Marinetti. L'arte di Depero così negli anni si sviluppa, riflettendo elementi chiave del pensiero dei futuristi come la modernità e la velocità. Durante la Prima Guerra Mondiale Depero si arruola e, dopo il conflitto, si stabilisce a Milano, dove sua carriera inizia. La sua vita è segnata da esperienze internazionali, culminando in un soggiorno a New York. Arte, Stile e Opere iconiche. La produzione artistica di Fortunato Depero abbraccia diverse forme d'arte: pittura, scultura (con la quale in giovane età voleva iniziare la propria carriera) e design grafico. Il suo stile si distingue per colori vivaci, forme geometriche audaci e un forte dinamismo. Opera come "Lo Stile dell'Avvenire" esprimono la sua visione utopica di una società moderna, rendendolo un protagonista indiscutibile dell'arte contemporanea. Tra le sue creazioni più celebri ci sono i manifesti per Campari degli anni Trenta, dove Depero combina pubblicità e arte, dando vita a immagini iconiche che catturano l'essenza del marchio. Questi lavori hanno elevato la pubblicità a una forma d'arte, contribuendo al dialogo tra futurismo e cultura popolare. Oltre ai manifesti per Campari, Depero ha creato opere significative come "Ritratto di un Futurista" o "L'Automobile Futurista". La sua serie di opere applicata e design, include "Il Bitter Depero", dimostra la sua capacità di integrare l'arte nella vita quotidiana, facendo di lui un vero innovatore del '900. Costruzione pubblicitaria Campari, legno 65 x 46 x 26 La Casa Museo e l'eredità di Depero Dopo la morte di Depero nel 1960, si avrà un periodo di stasi, fino alla rivalutazione della sua arte nel decennio successivo. Ma già nel 1957, l'artista aveva fatto un importante passo: la sua collezione permanente delle opere di Depero, tra cui dipinti e oggetti di design. Gli spazi del museo riflettono la sua filosofia futurista, offrendo un'esperienza immersiva nell'arte contemporanea. Cassa d'arte futurista Depero a Rovereto. Unico museo in Italia fondato da un futurista, questa Casas ha aperto definitivamente nel 2009, dopo lunghi restauri, come parte del Museo del Novecento. La sua influenza si estende oltre il futurismo, ispirando generazioni di artisti, soprattutto appassionati di grafica, design e installazioni, come Francesco Vezzoli. La sua produzione artistica innovativa continua a essere studiata e apprezzata, mantenendo viva la sua importanza nel mondo dell'arte. Per scoprire di più sull'impatto di questo artista nella cultura contemporanea, EARTH Foundation presenta, fino al 1° marzo 2025, la mostra "Fortunato Depero. Seta e Futurismo, fama d'America", realizzata in collaborazione con il Mart e con l'Università di Verona, negli spazi della Stazione Frigorifera Specializzata di Verona. «Ricovetti nel 1926 una lettera da una Casa di Milano con la quale mi ordinava di eseguire alcuni bozzetti per cartelli di matite. Finalmente ne creai quattro. Fabbrica di matite. L'animale-matita, l'uomo-matita e Fascio di matite colorate. Avevo impellente bisogno di denaro e per la prima volta rifilai un assegno che ritenevi di umiliante compenso ai miei meriti. Dopo qualche tempo offrissi altri bozzetti a un'altra Casa milanese. Combinai un ordine di 100.000 cartoline e si eseguirono le bozze colorate. La ditta mostrò tali bozze a chissà quali clienti di provincia e probabilmente non piacquero. L'ordine fu sospeso. Le spese furono rimborsate e il lavoro andò in fumo. Per vari mesi giacque sotto vetro a Milano. Partecipai a varie esposizioni e quindi li passai ad un editore. Per mezzo suo viaggiarono per varie città italiane senza alcuna risultato. Nel settembre del 1928 salparono con me sull'Augustus. Giunti a New York cominciarono le vetrine della Fifth Avenue: le Gallerie di Madison Avenue e Park Avenue. Conobbero le officine dell'American Lead Pencil Co. in Hoboken. Nel momento che scrivono spiegando la loro originalità nella mia stessa mostra a New York, all'Advertising Club in Park Avenue»: da: Fortunato Depero nella sua storia, con le parole di Depero stesso, ci fa comprendere due aspetti della sua arte. Da una parte il fatto che spesso le sue ideazioni sono "troppo avanti" rispetto al gusto dei suoi contemporanei. Bocciate a Milano nel 1926 e invece vendute a New York. In 1929. Si tratta di ben tre anni che in pubblicità sono un tempo enorme. Il secondo aspetto, che di Depero spesso si è verificato, è quello che io a suo tempo avevo rifiutato: "l'idea riciclatà", cioè del come Depero non tutti mai nulla, del come gli riteneva sempre valide, quindi non superate, idee anche di tre-quattro-cinque anni prima. Un esempio a questo proposito è il pupazzo del Campari, la costruzione in legno rossa (vedi "Depero e Campari"). Ebbene, questa figurazione fu concepita da Depero verso il 1923 e proposta quale cartello per il "Tamarindo Erba": boccia. Riproposta alla Campari nel 1926 quale pupazzo da collocare sopra ai distributori di Bitter: approvata e realizzata. Riproposta a New York nel 1930 quale copertina per "Fairness" (boccia). Ed esempi ve ne sarebbero tanti... Ma soffermiamoci per ora su questa storia delle matite proprie perché ce l'ha raccontato lo stesso Depero. 1860 Guidato da sua Red Passion, nel 1860 Gaspare Campari inventa un miscela così distinta e rivoluzionaria che da allora, ancora oggi, non è mai stata alterata come composizione e ricetta. La creatività e la passione di Gaspare Campari e di suo figlio Davide sono talmente forti che il loro genio vive ancora oggi attraverso il brand, all'inconfondibile liquido rosso luminoso, e a tutti colori che sono guidati dalla Red Passion. 1867 1867 La Red Passione continua a ispirare il suo fondatore rendendo Campari sempre più grande. È così che Gaspare sceglie un caratteristico locale della nuova Galleria Vittorio Emanuele II, l'epicentro culturale di Milano, come punto di riferimento della sua attività. Il bar, che affaccia sulla Piazza Duomo, viene chiamato Caffè Campari. Qui nasce, il 17 novembre 1867, Davide Campari, erede dell'azienda. 1904 1904 Il successo di Campari ha presto superato i confini del Caffè Campari. La sua popolarità diventa internazionale, e per soddisfare la domanda in continua crescita del prodotto, nel 1904 Campari apre lo stabilimento di Sesto San Giovanni, oggi sede del Gruppo, Ispirato dalla Red Passion, Davide decide di portare Campari in tutto il mondo. Figura 3.2: fotografia della storica fabbrica Campari, 1906 circa. 1915 1915 In omaggio al Caffè Campari di suo padre, Davide aprì alle porte del Campario in Galleria, Rivoluzionando il modo di gustare il Bitter e facendo conoscere la Red Passion a tutti gli avventori meneghini. Davide Campari introduce l'aperitivo, ancora oggi un momento di socialità tutta italiana. Figura: fotografia del Campario in Galleria, 1915 1920 Questa storia, con le parole di Depero stesso, ci fa comprendere due aspetti della sua arte. Da una parte il fatto che spesso le sue ideazioni sono "troppo avanti" rispetto al gusto dei suoi contemporanei. Bocciate a Milano nel 1926 e invece vendute a New York. In 1929. Si tratta di ben tre anni che in pubblicità sono un tempo enorme. Il secondo aspetto, che di Depero spesso si è verificato, è quello che io a suo tempo avevo rifiutato: "l'idea riciclatà", cioè del come Depero non tutti mai nulla, del come gli riteneva sempre valide, quindi non superate, idee anche di tre-quattro-cinque anni prima. Un esempio a questo proposito è il pupazzo del Campari, la costruzione in legno rossa (vedi "Depero e Campari"). Ebbene, questa figurazione fu concepita da Depero verso il 1923 e proposta quale cartello per il "Tamarindo Erba": boccia. Riproposta alla Campari nel 1926 quale pupazzo da collocare sopra ai distributori di Bitter: approvata e realizzata. Riproposta a New York nel 1930 quale copertina per "Fairness" (boccia). Ed esempi ve ne sarebbero tanti... Ma soffermiamoci per ora su questa storia delle matite proprie perché ce l'ha raccontato lo stesso Depero. 1860 Guidato da sua Red Passion, nel 1860 Gaspare Campari inventa un miscela così distinta e rivoluzionaria che da allora, ancora oggi, non è mai stata alterata come composizione e ricetta. La creatività e la passione di Gaspare Campari e di suo figlio Davide sono talmente forti che il loro genio vive ancora oggi attraverso il brand, all'inconfondibile liquido rosso luminoso, e a tutti colori che sono guidati dalla Red Passion. 1867 1867 La Red Passione continua a ispirare il suo fondatore rendendo Campari sempre più grande. È così che Gaspare sceglie un caratteristico locale della nuova Galleria Vittorio Emanuele II, l'epicentro culturale di Milano, come punto di riferimento della sua attività. Il bar, che affaccia sulla Piazza Duomo, viene chiamato Caffè Campari. Qui nasce, il 17 novembre 1867, Davide Campari, erede dell'azienda. 1904 1904 Il successo di Campari ha presto superato i confini del Caffè Campari. La sua popolarità diventa internazionale, e per soddisfare la domanda in continua crescita del prodotto, nel 1904 Campari apre lo stabilimento di Sesto San Giovanni, oggi sede del Gruppo, Ispirato dalla Red Passion, Davide decide di portare Campari in tutto il mondo. Figura 3.2: fotografia della storica fabbrica Campari, 1906 circa. 1915 1915 In omaggio al Caffè Campari di suo padre, Davide aprì alle porte del Campario in Galleria, Rivoluzionando il modo di gustare il Bitter e facendo conoscere la Red Passion a tutti gli avventori meneghini. Davide Campari introduce l'aperitivo, ancora oggi un momento di socialità tutta italiana. Figura: fotografia del Campario in Galleria, 1915 1920 Questa storia, con le parole di Depero stesso, ci fa comprendere due aspetti della sua arte. Da una parte il fatto che spesso le sue ideazioni sono "troppo avanti" rispetto al gusto dei suoi contemporanei. Bocciate a Milano nel 1926 e invece vendute a New York. In 1929. Si tratta di ben tre anni che in pubblicità sono un tempo enorme. Il secondo aspetto, che di Depero spesso si è verificato, è quello che io a suo tempo avevo rifiutato: "l'idea riciclatà", cioè del come Depero non tutti mai nulla, del come gli riteneva sempre valide, quindi non superate, idee anche di tre-quattro-cinque anni prima. Un esempio a questo proposito è il pupazzo del Campari, la costruzione in legno rossa (vedi "Depero e Campari"). Ebbene, questa figurazione fu concepita da Depero verso il 1923 e proposta quale cartello per il "Tamarindo Erba": boccia. Riproposta alla Campari nel 1926 quale pupazzo da collocare sopra ai distributori di Bitter: approvata e realizzata. Riproposta a New York nel 1930 quale copertina per "Fairness" (boccia). Ed esempi ve ne sarebbero tanti... Ma soffermiamoci per ora su questa storia delle matite proprie perché ce l'ha raccontato lo stesso Depero. 1860 Guidato da sua Red Passion, nel 1860 Gaspare Campari inventa un miscela così distinta e rivoluzionaria che da allora, ancora oggi, non è mai stata alterata come composizione e ricetta. La creatività e la passione di Gaspare Campari e di suo figlio Davide sono talmente forti che il loro genio vive ancora oggi attraverso il brand, all'inconfondibile liquido rosso luminoso, e a tutti colori che sono guidati dalla Red Passion. 1867 1867 La Red Passione continua a ispirare il suo fondatore rendendo Campari sempre più grande. È così che Gaspare sceglie un caratteristico locale della nuova Galleria Vittorio Emanuele II, l'epicentro culturale di Milano, come punto di riferimento della sua attività. Il bar, che affaccia sulla Piazza Duomo, viene chiamato Caffè Campari. Qui nasce, il 17 novembre 1867, Davide Campari, erede dell'azienda. 1904 1904 Il successo di Campari ha presto superato i confini del Caffè Campari. La sua popolarità diventa internazionale, e per soddisfare la domanda in continua crescita del prodotto, nel 1904 Campari apre lo stabilimento di Sesto San Giovanni, oggi sede del Gruppo, Ispirato dalla Red Passion, Davide decide di portare Campari in tutto il mondo. Figura 3.2: fotografia della storica fabbrica Campari, 1906 circa. 1915 1915 In omaggio al Caffè Campari di suo padre, Davide aprì alle porte del Campario in Galleria, Rivoluzionando il modo di gustare il Bitter e facendo conoscere la Red Passion a tutti gli avventori meneghini. Davide Campari introduce l'aperitivo, ancora oggi un momento di socialità tutta italiana. Figura: fotografia del Campario in Galleria, 1915 1920 Questa storia, con le parole di Depero stesso, ci fa comprendere due aspetti della sua arte. Da una parte il fatto che spesso le sue ideazioni sono "troppo avanti" rispetto al gusto dei suoi contemporanei. Bocciate a Milano nel 1926 e invece vendute a New York. In 1929. Si tratta di ben tre anni che in pubblicità sono un tempo enorme. Il secondo aspetto, che di Depero spesso si è verificato, è quello che io a suo tempo avevo rifiutato: "l'idea riciclatà", cioè del come Depero non tutti mai nulla, del come gli riteneva sempre valide, quindi non superate, idee anche di tre-quattro-cinque anni prima. Un esempio a questo proposito è il pupazzo del Campari, la costruzione in legno rossa (vedi "Depero e Campari"). Ebbene, questa figurazione fu concepita da Depero verso il 1923 e proposta quale cartello per il "Tamarindo Erba": boccia. Riproposta alla Campari nel 1926 quale pupazzo da collocare sopra ai distributori di Bitter: approvata e realizzata. Riproposta a New York nel 1930 quale copertina per "Fairness" (boccia). Ed esempi ve ne sarebbero tanti... Ma soffermiamoci per ora su questa storia delle matite proprie perché ce l'ha raccontato lo stesso Depero. 1860 Guidato da sua Red Passion, nel 1860 Gaspare Campari inventa un miscela così distinta e rivoluzionaria che da allora, ancora oggi, non è mai stata alterata come composizione e ricetta. La creatività e la passione di Gaspare Campari e di suo figlio Davide sono talmente forti che il loro genio vive ancora oggi attraverso il brand, all'inconfondibile liquido rosso luminoso, e a tutti colori che sono guidati dalla Red Passion. 1867 1867 La Red Passione continua a ispirare il suo fondatore rendendo Campari sempre più grande. È così che Gaspare sceglie un caratteristico locale della nuova Galleria Vittorio Emanuele II, l'epicentro culturale di Milano, come punto di riferimento della sua attività. Il bar, che affaccia sulla Piazza Duomo, viene chiamato Caffè Campari. Qui nasce, il 17 novembre 1867, Davide Campari, erede dell'azienda. 1904 1904 Il successo di Campari ha presto superato i confini del Caffè Campari. La sua popolarità diventa internazionale, e per soddisfare la domanda in continua crescita del prodotto, nel 1904 Campari apre lo stabilimento di Sesto San Giovanni, oggi sede del Gruppo, Ispirato dalla Red Passion, Davide decide di portare Campari in tutto il mondo. Figura 3.2: fotografia della storica fabbrica Campari, 1906 circa. 1915 1915 In omaggio al Caffè Campari di suo padre, Davide aprì alle porte del Campario in Galleria, Rivoluzionando il modo di gustare il Bitter e facendo conoscere la Red Passion a tutti gli avventori meneghini. Davide Campari introduce l'aperitivo, ancora oggi un momento di socialità tutta italiana. Figura: fotografia del Campario in Galleria, 1915 1920 Questa storia, con le parole di Depero stesso, ci fa comprendere due aspetti della sua arte. Da una parte il fatto che spesso le sue ideazioni sono "troppo avanti" rispetto al gusto dei suoi contemporanei. Bocciate a Milano nel 1926 e invece vendute a New York. In 1929. Si tratta di ben tre anni che in pubblicità sono un tempo enorme. Il secondo aspetto, che di Depero spesso si è verificato, è quello che io a suo tempo avevo rifiutato: "l'idea riciclatà", cioè del come Depero non tutti mai nulla, del come gli riteneva sempre valide, quindi non superate, idee anche di tre-quattro-cinque anni prima. Un esempio a questo proposito è il pupazzo del Campari, la costruzione in legno rossa (vedi "Depero e Campari"). Ebbene, questa figurazione fu concepita da Depero verso il 1923 e proposta quale cartello per il "Tamarindo Erba": boccia. Riproposta alla Campari nel 1926 quale pupazzo da collocare sopra ai distributori di Bitter: approvata e realizzata. Riproposta a New York nel 1930 quale copertina per "Fairness" (boccia). Ed esempi ve ne sarebbero tanti... Ma soffermiamoci per ora su questa storia delle matite proprie perché ce l'ha raccontato lo stesso Depero. 1860 Guidato da sua Red Passion, nel 1860 Gaspare Campari inventa un miscela così distinta e rivoluzionaria che da allora, ancora oggi, non è mai stata alterata come composizione e ricetta. La creatività e la passione di Gaspare Campari e di suo figlio Davide sono talmente forti che il loro genio vive ancora oggi attraverso il brand, all'inconfondibile liquido rosso luminoso, e a tutti colori che sono guidati dalla Red Passion. 1867 1867 La Red Passione continua a ispirare il suo fondatore rendendo Campari sempre più grande. È così che Gaspare sceglie un caratteristico locale della nuova Galleria Vittorio Emanuele II, l'epicentro culturale di Milano, come punto di riferimento della sua attività. Il bar, che affaccia sulla Piazza Duomo, viene chiamato Caffè Campari. Qui nasce, il 17 novembre 1867, Davide Campari, erede dell'azienda. 1904 1904 Il successo di Campari ha presto superato i confini del Caffè Campari. La sua popolarità diventa internazionale, e per soddisfare la domanda in continua crescita del prodotto, nel 1904 Campari apre lo stabilimento di Sesto San Giovanni, oggi sede del Gruppo, Ispirato dalla Red Passion, Davide decide di portare Campari in tutto il mondo. Figura 3.2: fotografia della storica fabbrica Campari, 1906 circa. 1915 1915 In omaggio al Caffè Campari di suo padre, Davide aprì alle porte del Campario in Galleria, Rivoluzionando il modo di gustare il Bitter e facendo conoscere la Red Passion a tutti gli avventori meneghini. Davide Campari introduce l'aperitivo, ancora oggi un momento di socialità tutta italiana. Figura: fotografia del Campario in Galleria, 1915 1920 Questa storia, con le parole di Depero stesso, ci fa comprendere due aspetti della sua arte. Da una parte il fatto che spesso le sue ideazioni sono "troppo avanti" rispetto al gusto dei suoi contemporanei. Bocciate a Milano nel 1926 e invece vendute a New York. In 1929. Si tratta di ben tre anni che in pubblicità sono un tempo enorme. Il secondo aspetto, che di Depero spesso si è verificato, è quello che io a suo tempo avevo rifiutato: "l'idea riciclatà", cioè del come Depero non tutti mai nulla, del come gli riteneva sempre valide, quindi non superate, idee anche di tre-quattro-cinque anni prima. Un esempio a questo proposito è il pupazzo del Campari, la costruzione in legno rossa (vedi "Depero e Campari"). Ebbene, questa figurazione fu concepita da Depero verso il 1923 e proposta quale cartello per il "Tamarindo Erba": boccia. Riproposta alla Campari nel 1926 quale pupazzo da collocare sopra ai distributori di Bitter: approvata e realizzata. Riproposta a New York nel 1930 quale copertina per "Fairness" (boccia). Ed esempi ve ne sarebbero tanti... Ma soffermiamoci per ora su questa storia delle matite proprie perché ce l'ha raccontato lo stesso Depero. 1860 Guidato da sua Red Passion, nel 1860 Gaspare Campari inventa un miscela così distinta e rivoluzionaria che da allora, ancora oggi, non è mai stata alterata come composizione e ricetta. La creatività e la passione di Gaspare Campari e di suo figlio Davide sono talmente forti che il loro genio vive ancora oggi attraverso il brand, all'inconfondibile liquido rosso luminoso, e a tutti colori che sono guidati dalla Red Passion. 1867 1867 La Red Passione continua a ispirare il suo fondatore rendendo Campari sempre più grande. È così che Gaspare sceglie un caratteristico locale della nuova Galleria Vittorio Emanuele II, l'epicentro culturale di Milano, come punto di riferimento della sua attività. Il bar, che affaccia sulla Piazza Duomo, viene chiamato Caffè Campari. Qui nasce, il 17 novembre 1867, Davide Campari, erede dell'azienda. 190