

Bill BERNBACH

Arte, cultura, design: tutta la bellezza che c'è nel mondo ci ispira, i grandi geni della storia nei più disparati campi sono i nostri influencer, da Munari a Einstein, da Steve Jobs a Henry Ford, setacciando in lungo e in largo la storia per trovare chi ha saputo leggere in modo creativo la realtà e tradurla in idee innovative.

1911

Nasce a New York, nel Bronx

1939

Presta servizio per l'esercito durante la seconda guerra mondiale; tornato in patria, viene assunto dall'agenzia pubblicitaria Grey Advertising come copywriter

1949

Cofonda la Doyle Dane Bernbach, l'agenzia che segna il trionfo della sua idea di creatività

1959

Realizza la campagna Volkswagen - **Think small**

Successivamente lavora su American Airlines, Sony, Heinz, Gillette, Mobil, Lever, Uniroyal, Alka-Seltzer, Chivas Regal

1964

Realizza la campagna Levy's **Non occorre essere ebrei per amare Levy's**

1965

Vince *The Man of the Year of Advertising Award*

1976

Vince l'*American Academy of Achievement Award*

1932

Entra come fattorino presso le Distillerie Schenley e, successivamente, nel reparto pubblicità

1947

Si dimette dalla Grey, dove era diventato Direttore Creativo, con una lettera diventata il manifesto simbolico della sua "rivoluzione creativa"

1958

Realizza la campagna El Al **My son, the pilot**



1962

Realizza la campagna Avis **Avis è solo il numero 2 dell'autonoleggio**



1964

Viene introdotto nella Copywriters Hall of Fame e vince *The Man of the Year of Advertising Award*

1969

Vince il *Top Advertising Agency Executive*

1982

Muore a New York

"Le regole sono ciò che l'artista deve rompere; da una formula non è mai scaturito niente di memorabile"

"La pubblicità non è una scienza. È persuasione. E la persuasione è un'arte"

"Una grande campagna pubblicitaria porta un cattivo prodotto a un più veloce fallimento, perché più persone sapranno che è un prodotto cattivo"

"Posso mettere su una pagina l'immagine di un uomo che piange ed è solo l'immagine di un uomo che piange. Oppure posso mettere la stessa immagine in modo che faccia venire da piangere. La differenza sta nell'abilità creativa"

