

## **Mario CORDEGLIO Penél (TPP Tecnico Pubblicitario Professionista)**

Si è formato alla scuola della migliore tradizione pubblicitaria italiana, presso l'agenzia Armando TESTA di Torino nel 1959.

In quel periodo ha contribuito alla realizzazione delle campagne pubblicitarie di utenti nazionali quali Philco (caroselli "Papalla"), caffè Paulista (caroselli "il Caballero": indimenticabile il claim televisivo del finale"... bambina sei già mia, chiudi il gas e vieni via!), Saiwa (caroselli "treno Urrà Saiwa"), Simmenthal, Pasta Agnesi, Lines (caroselli "Pippo"), Carpano Punt e Mes, manifesto "Plast" (primo premio nel 1969 alla Biennale di Praga, sezione pubblicità) Olio Sasso, Johnson e, cosa importante, è stato assistente del Prof. Armando Testa nella Facoltà di Architettura di Torino, dove ha organizzato i primi corsi in Italia di Arte Applicata alla Pubblicità, nella ricerca espressiva e formale, sfociata in una unificazione di stile per comunicazioni istituzionali ed altre applicazioni.

### **Penél.**

Penél è il nome di battaglia avuto in dono da ARMANDO TESTA, quale riconoscimento per l'attività svolta agli inizi della carriera professionale: da "ragazzo di bottega" a direttore artistico di importanti Clienti della prestigiosa agenzia pubblicitaria torinese.

### **1969. Inizio della grande avventura: fondazione della CCB agenzia di comunicazione e marketing a Torino.**

Aperol, Benkiser Calfort, Sanson e Agip.

Per queste quattro Aziende, negli anni '70, in qualità di consulente esterno, ha collaborato al riposizionamento dell'aperitivo Aperol per il consumo dal bar a casa, realizzando la campagna pubblicitaria "Aperol, l'aperitivo che ha le chiavi di casa mia" e alla sceneggiatura dei caroselli con l'attore Tino Buazzelli.

Per Benkiser il lancio sul mercato italiano di Calfort, prodotto specifico per le lavatrici e per Sanson il coordinamento globale della comunicazione, composto dal restyling del marchio preesistente, dalle linee dei prodotti con il relativo posizionamento sulla distribuzione casa - bar e dalla comunicazione televisiva, con la creazione del personaggio "Sansonella", consolidando così la Marca nel comparto.

Infine per Agip, con la proposta innovativa per il rafforzamento dell'immagine nei distributori di benzina, Penél ha creato una serie di multipli ottico-cromatici componibili, di forte valenza artistica, contribuendo così alla personalizzazione della prestigiosa immagine del cane a sei zampe su tutta la rete distributiva Agip.

Faccio mio il pensiero di Berkeley, filosofo del '700, poiché mai come oggi sembra essere attuale nel modello di società in cui viviamo: - Essere visti significa esistere - - Essere visti - con la comunicazione pubblicitaria significa far prosperare l'Azienda e costituire una efficace fidelizzazione con i consumatori che si trasformeranno in affezionati Clienti della Marca: il vero e solido patrimonio tangibile.

### **Queste le Aziende che dal 1969 hanno scelto CCB:**

ABIT - ACCADEMIA STEFANO TEMPIA - AGNESI - AIXAM - ALIVAR - PAVESI - Associazione PROVINCIALE dell'AGRICOLTURA della PROVINCIA di TORINO - BANCA INDUSTRIALE GALLARATESE - BERTOLOTTO PORTE - BOTTERO BUZZI CEMENTI - CTA CASA - DIAGEO ITALIA - ELNAGH ERVE' JACQUES -

EUROGEST - FABER - FERRERO KINDER - FERREROLEGNO - FERRUA - FINCONSUMO BANCA - FONDAZIONE VINCENZO AGNESI - FONTI FEJA - FONTE VITTORIA - FOWA - FRANCESCO FRANCHI - F.lli SACLA' - FRATELLI CARLI - GALUP - GARNIER PARIS - HASSELBLAD - IGINO MAZZOLA - INTERMOBILIARE - KARINZIA - KELEMATA - LOEWE KRONE - MAGLIERIA ALPINA - MOET&CHANDON - HENNESSY GROUP - MONOSERVIZIO - BIBO - MUSEO NAZIONALE delle PASTE ALIMENTARI FAMIGLIA AGNESI - NATURA HOUSE - OLIMPIA DESIGN - OLIO FRATELLI CARLI - OLIO AGNESI & GIACCONE - OLIO ISNARDI - PANNA ELENA - PARACCHI QUERCETTI - SCOTT - SETTEMARI - SESTRIERES - SISAL - TOGO - TONNO MARUZZELLA - VALDATA - VEGROS - VESTEBENE - VISENTIN - WILSON.

### **CORDEGLIO Penél, un impegno per l'arte.**

Un modo per conoscere l'esclusivo e riservato mondo dell'Ex Libris.

L'Ex Libris, e cos'è ? Con queste due semplici parole latine (che significano "Dai libri di ...") generalmente s'intende quell'elegante e discreto rettangolino di carta che amanti della cultura e collezionisti sono soliti apporre sul piatto interno d'un libro. Ad attestarne timidamente, ma fermamente, il possesso.

Anche questo è un modo sottile per comunicare, in tal caso l'amore per il libro. In pochi centimetri di carta si riassumono, così, preferenze e avvenimenti intimi personali, emblemi e motti, riflessioni.

Nato molti secoli fa, l'Ex Libris (o bookplate in inglese) allora come oggi può essere un piccolo gioiello della grafica, una ricercata opera di distinzione culturale. Con una particolarità, che è eseguito su misura e per il gusto esclusivo del committente.

Ecco dunque che dai tempi di Dürer (1516) in poi, l'Ex Libris diventa una sorta di "biglietto da visita culturale", conteso da collezionisti e amatori di tutto il mondo.

Così, quasi in contrapposizione ideale ai primi Ex Libris di cinque secoli fa, il cerchio si chiude con i soggetti ridotti quasi a messaggi pubblicitari personali, ornati di simboli, raffigurazioni e motti, di Cordeglio Penél. L'autore ha sviluppato le sue opere grafiche per committenti illustri e meno illustri, tutti comunque accomunati dall'amore per il libro e la cultura.

Qualche nome ? Giovanni Paolo II, Ronald Reagan, Giovanni Agnelli, Umberto Eco, Enzo Biagi, il Nobel Carlo Rubbia e Giorgio Forattini, gli scrittori Fruttero & Lucentini e gli industriali Pietro Barilla, Michele Ferrero ed Enzo Ferrari.

Pubblicati sull'Enciclopedia Mondiale dell'Ex Libris del portoghese Da Mota Miranda, oltre che da giornali e riviste dei settori più ampi, per Cordeglio Penél i preziosi "foglietti" rappresentano un affascinante gioco di sintesi, in cui la magia del segno rinnova emozioni profonde in un dialogo continuo con la quotidianità.

Una creatività che non conosce confini, anche nel campo dell'arte.