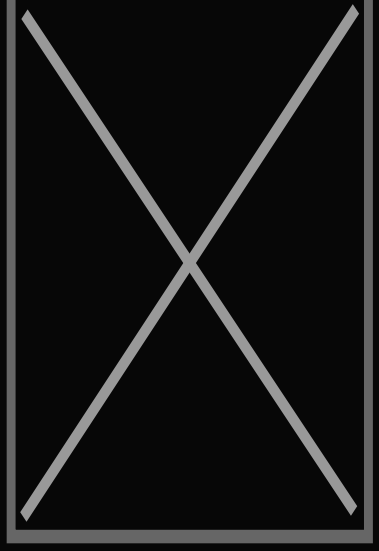
Saw This Made This, la creatività secondo Bombay Sapphire

bombay-2022-tortona-0025-e402babd

Ispirazione, mixology, arte, colori - blu su tutti, naturalmente - espressione e scambio di idee. Torneria Tortona, a Milano, è stata la cornice di Saw This Made This - The Exhibition, l'appuntamento italiano della campagna internazionale di Bombay Sapphire volta a stimolare attraverso community e partner il potere della creatività.

Saw This Made This è la formula che sta alla base di ogni processo creativo: vedere un elemento nel mondo e trarne ispirazione per creare qualcosa di unico. A dare il la alla campagna globale Stmt il regista **Baz Luhrmann** attraverso la domanda - The world is a gallery: what do you see? - divenuta concept dell'evento e spunto del video che ha alzato il sipario sulla galleria d'arte siglata Bombay Sapphire con le opere inedite di giovani creator.

In Space Sky Bubbles, **Giotto Calendoli** è partito da una bolla di sapone per creare un pianeta che fluttua nel cosmo, **Federica di Nardo** ha racchiuso nello scatto Turning Wave il moto ondoso e **Cristina Musacchio** ha trasformato un vaso di orchidee in una riflessione sulle identità.

[caption id="attachment_215931" align="alignleft" width="190"]  Paolo Stella, direttore creativo di Bombay Sapphire[/caption]

Le tre opere hanno costituito lo spunto per la nuova Artist Edition di Bombay Sapphire, svelata durante l'evento e firmata dallo scrittore e direttore creativo **Paolo Stella**.

"*Da due anni, con **Bombay Sapphire** esploriamo il mondo della creatività* - ha spiegato lo scrittore e direttore creativo Paolo Stella -. *Per questa edizione ci siamo posti l'obiettivo sfidante di dimostrare che l'ispirazione è ovunque. Bisogna imparare a guardare il mondo con occhi sempre diversi, con lo sguardo della creatività, trovando lo straordinario nell'ordinario per far scoccare la scintilla alla base di opere d'arte*".

L'impegno di Bombay Sapphire con la creatività nasce ufficialmente nel 2018 con il lancio della **campagna Stir Creativity** e l'obiettivo internazionale di far sì che tutti possano liberare il proprio potenziale. Oggi, attraverso Give back to creativity, ha anche un risvolto formativo: il ricavato della vendita delle bottiglie Artist Edition supporterà il finanziamento di un progetto speciale giovanile nell'ambito del design. L'esposizione di Fragmentos di Laura Gutierrez nel corso della serata milanese è stata infatti la prima fase di una collaborazione tra il brand e Domus Academy volta a realizzare uno spazio fisico per i creativi di domani.