

08

"GADGET"
Non solo a Natale
pag_04

dunp
magazine

Novembre/Dicembre 2015

All'interno_

La voce di dunp: intervista
ai responsabili smSend pag_06

Il cliente del mese: Elettrici
Senza Frontiere pag_08

Il meglio del design pag_18

e molto altro...

Be SMART
VOCE AI RESPONSABILI
portale smsend

#

ViviCreativo

by d un p

d un p



IL BLOG DEDICATO ALLA CREATIVITÀ
IN OGNI SUA FORMA

vivicreativo.com



Gadget
non solo a
NATALE

BENVENUTI
DUNP MAGAZINE 2015

sommario

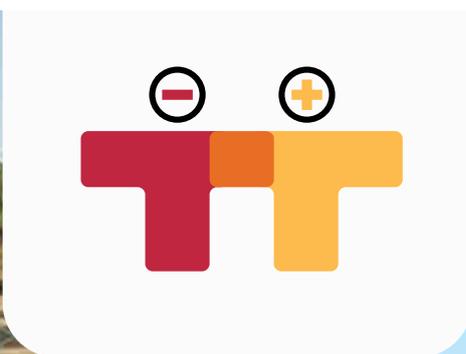
dunp

m a g a z i n e

 SERVIZIO IN EVIDENZA Gadget: non solo a Natale	04
 LA VOCE DI DUNP I responsabili smSend si raccontano	06
 IL CLIENTE DEL MESE Elettrici Senza Frontiere	08
 WHAT'S NEW? Scoperte, tendenze e anticipazioni sulla pubblicità	10
 SUCCESSI VINTAGE Che mondo sarebbe senza Nutella	14
 LAUNCH - GROWTH - CHANGE Dalla parte dei sognatori	16
 THE BEST OF DESIGN Il meglio del design scelto da dunp	18
 #ViviCreativo e l'iniziativa #MettitinMostra	24
 CURIOSANDO Perchè la curiosità è il motore dell'intelligenza	26



smSend: i responsabili si raccontano
_Pag 06



Elettrici senza frontiere

l'energia dello sviluppo onlus

Elettrici Senza Frontiere: l'accesso all'elettricità è indispensabile per lo sviluppo umano ed economico **_Pag 08**



Gadget: non solo a Natale **_Pag 04**



Il meglio del design scelto da dunn **_Pag 18**



1964 - Nutella: Il primo vasetto in Italia **_Pag 14**



Gadget non solo a NATALE

UN PICCOLO ESERCITO
DI PRODOTTI **CHE PIACE**
ANCHE ALLE NUOVE
GENERAZIONI PER
NON RINUNCIARE
ALLA **LEGGEREZZA**
DI UN RICORDO

Bisogna tornare indietro nel tempo, alla fine del diciannovesimo secolo, e precisamente nel 1886, quando la Francia regala agli Stati Uniti nientemeno che la Statua della Libertà. La società che ha realizzato la scultura ha un'idea che si rivelerà brillante: decide di costruire un modello in scala della Statua in questione, da donare durante l'inaugurazione. Per rendere omaggio al vero monumento, per ricordare un momento inatteso e un'occasione speciale.

Non appena questo primordiale articolo promozionale inizia a circolare per le strade di New York, riscuote un'immediata popolarità fra i cittadini, che si divertono a chiamarlo proprio con lo strano nome dei suoi inventori, la società **Gaget, Gauthier & Cie.** È vero, l'**etimologia del nome è molto incerta, ma ci piace pensare che sia andata così.** La diffusione del nome appunto esplode velocemente, e al di là dell'oceano, viene favorita dalla

I GADGET: NEGLI ANNI DEL MERCATO GLOBALE E DELLA RETE SONO PRESENTI OVUNQUE, MA DA DOVE PROVIENE IL GADGET COME LO CONOSCIAMO OGGI? QUAL È LA SUA ORIGINE E PERCHÉ SI È DIFFUSO IN TUTTO IL MONDO IN MODO COSÌ MASSICCIO?

DA COCA COLA
AL MULINO BIANCO
FINO ALLE PICCOLE IMPRESE,
**TUTTI CERCANO
NUOVI ARTICOLI**
PER RACCONTARSI

somiglianza con un altro termine francese, **gagée**, usato per identificare oggetti di piccole dimensioni. Da quel momento i **gadget** si impongono al mondo come una delle strategie di marketing più utilizzata e di maggior successo.

Vengono così realizzate le prime collezioni: Coca-Cola dà il via alla creazione stagionale di lattine "limited edition" per celebrare anniversari e partnership, rivestendo in maniera originale il prodotto.

Ma se parliamo di collezioni, come non ricordare quelle delle Uova Kinder, amate da grandi e piccini?

Con varianti di ogni tipo. Obiettivo? Fidelizzare il cliente, con un piccolo gesto: rendere il momento della sorpresa fonte di emozioni e gioia. Ricordandosi naturalmente di collezionarle tutte.

E via via con Mulino Bianco della Barilla, gli Happy Meal di McDonald e tutti i collezionabili.

L'immensa diffusione dei gadget di ogni dimensione



e qualità (che spaziano dalle magliette agli articoli per la casa) **avviene negli anni '80** e la popolarità non accenna a diminuire. Usato dalle aziende di tutto il mondo, **oggi l'universo dei gadget si è allargato a dismisura** e il significato stesso della parola si è esteso fino a includere accessori di ogni tipo, trovando spazio anche nel mondo dell'hi-tech.

In particolare, negli ultimi anni sono sempre di più le piccole e grandi società che si affidano ad aziende specializzate nella fornitura di articoli innovativi e dotati di grande appeal.

In piena era digitale, questo piccolo esercito di matite, cappellini, ombrelli conquista anche le nuove generazioni di consumatori che non vogliono rinunciare alla leggerezza di un ricordo.





SMSSEND.it

UN SERVIZIO VERSATILE ADATTO A
MOLTEPLICI ATTIVITÀ
semplice, intuitivo e veloce

SMSSEND È UN PORTALE PER L'INVIO E LA RICEZIONE DI SMS SINGOLI O MULTIPLI, DA INVIARE ALLE PROPRIE LISTE CONTATTI, ATTRAVERSO UNA ATTIVITÀ DI MARKETING PER FIDELIZZARE I PROPRI CLIENTI

INTERVISTIAMO GABRIELE SIMONETTI E SONIA MARIUCCI RESPONSABILI DEL PORTALE

Ci potete raccontare qual è il vostro ruolo e quale attività svolgete per smsend.it?

GABRIELE - Mi occupo della gestione del portale, cercando le ultime novità e sviluppi dell'sms marketing con uno sguardo alle nuove metodologie di pagamento online.

Mi occupo anche dell'assistenza ai clienti seguendoli nelle loro esigenze e richieste.

SONIA - Il mio compito è invece quello di studiare l'andamento mensile del portale (quindi monitorare gli acquisti, individuare i pacchetti più venduti, definire le qualità di invio più usate etc.), raccogliere tutti i dati necessari per procedere ad un'analisi approfondita che ci permetta di avere una situazione sempre aggiornata del servizio, proporre nuove idee che siano in grado di soddisfare le esigenze degli utenti e di essere al passo con le richieste di un mercato in continua evoluzione.

Quali sono i punti di forza del servizio?

GABRIELE - Sicuramente la versatilità del servizio.

L'opportunità di scegliere tra più qualità di invio consente di spaziare da comunicazioni interne dirette ai propri collaboratori, alla fidelizzazione

di nuovi clienti. È possibile pianificare le comunicazioni in automatico programmando gli invii con un anticipo fino a 12 mesi.

Un altro punto di forza è la affidabilità del servizio, considerando la copertura mondiale della rete mobile e l'opportunità di visualizzare in qualunque momento lo stato delle spedizioni e lo storico degli invii effettuati.

SONIA - Il servizio è accessibile a tutti e di facile utilizzo.

Dopo una semplice registrazione sul nostro portale, l'utente decide quale pacchetto acquistare, senza costi di attivazione o di ricarica, si acquista solo il pacchetto che si vuole utilizzare, gli sms non hanno scadenza e possono essere inviati anche a distanza di tempo dall'acquisto del pacchetto.

Non ci sono programmi da installare, ma ogni cliente può accedere con le proprie credenziali, in qualsiasi momento, sul proprio pannello da smsend.it.

Diversamente dalle mail, inoltre, gli sms hanno un riscontro immediato poiché vengono letti subito da chi li riceve. In più smSend permette di registrare un numero illimitato di contatti o di importarli da una rubrica preesistente, di creare gruppi e di programmare invii personalizzati anche limitatamente a determinati contatti o gruppi.

Quali sono i feedback degli utenti su questo servizio?

GABRIELE - La fruibilità del servizio è ciò che maggiormente ci riportano

i nostri clienti, avere l'opportunità di gestire le comunicazioni con tutti i propri contatti con un click non è cosa da poco.

SONIA - I nostri utenti sono per la maggioranza aziende che hanno la necessità di informare periodicamente i propri clienti su promozioni, sconti ed eventi. Si tratta per lo più di utenti fidelizzati che trovano il nostro servizio di facile fruizione, pratico, utile e molto veloce.

Ci potete dare qualche anticipazione della prossima release di smsend.it?

GABRIELE - Il nuovo smSend sarà ancora più intuitivo, veloce e conveniente per assicurare agli utenti storici gli standard di qualità a cui sono abituati e per offrire ai nuovi un ottimo rapporto qualità e prezzo.

SONIA - La nuova versione di smSend, oltre ad avere una nuova grafica, molto più accattivante, conterrà anche un vero e proprio blog dove gli utenti potranno inserire commenti, suggerimenti, leggere articoli interessanti sul settore e interagire con noi.

CI SARANNO MOLTE ALTRE NOVITÀ, MA NON POSSIAMO SVELARE TUTTO ADESSO. PRESTO SARÀ ONLINE, QUINDI, SE NON LO AVETE ANCORA FATTO, ISCRIVETEVI A **SMSSEND.IT**

www.dunp.it



**Elettrici
senza frontiere**
L'energia dello sviluppo onlus

L'ACCESSO ALL'ELETTRICITÀ

è indispensabile per lo

**SVILUPPO
UMANO
ed ECONOMICO**



“ È stata una vera emozione veder nascere per la prima volta un bambino alla luce delle lampadine elettriche, appena qualche ora dopo aver terminato il montaggio dei pannelli solari. Fino ad allora le uniche fonti d'illuminazione erano le candele o le lampade a olio ”

racconta Michel Crémieux, presidente di Elettrici Senza Frontiere onlus, commentando la prima missione svolta nella Repubblica del Congo.



L'associazione **Elettrici Senza Frontiere onlus** nasce nel 2015 con l'**obiettivo di contribuire al miglioramento delle condizioni di vita in alcune zone del mondo** in via di sviluppo e di realizzare interventi umanitari in occasione di emergenze e di catastrofi naturali. "Non si può restare inattivi di fronte ai dati drammatici che documentano che più di un terzo del pianeta non ha ancora accesso all'elettricità, sapendo che questo comporta dei gravi problemi quali l'impossibilità di avere dei centri di servizi medico-sanitari, l'essere esclusi da ogni tipo di comunicazione, non favorire lo sviluppo del lavoro e tantomeno permettere ai giovani di studiare", dichiara Michel Crémieux.

"Ma soprattutto rende più difficile l'accesso all'acqua e di conseguenza la coltivazione agricola o l'allevamento, quindi la sopravvivenza stessa delle persone". L'associazione è **costituita da volontari e affianca il lavoro della sorella francese Electriciens Sans Frontières**, che opera dal 1986, e di quella **tedesca Elektriiker Ohne Grenzen**, nata nel 2012. La sua attività è resa possibile grazie all'impegno dei volontari e al contributo

delle aziende del settore energetico. **Attualmente ESF onlus sta organizzando** - congiuntamente all'équipe francese - **una missione in Kenya per portare, nella primavera del 2016, l'elettricità e l'acqua** in due villaggi degli altopiani a nord di Nairobi, Ilkiremisho e Purko, abitati dal popolo Masai.



INSIEME A NOI PER L'ACCESSO ALL'ENERGIA ELETTRICA PER TUTTI

SOSTIENI LA NOSTRA ASSOCIAZIONE

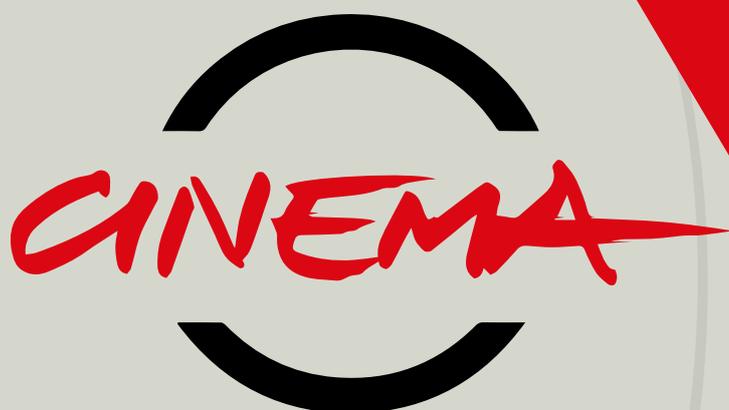
www.elettricisenzafrontiere.org

info@elettricisenzafrontiere.org

segui su    



“*what happens?*”



FESTA DEL CINEMA DI ROMA

16/24 OTTOBRE 2015

VIVICREATIVO SUL
RED CARPET ALLA **DECIMA**
EDIZIONE DELLA FESTA
DEL CINEMA DI ROMA

Per la sua decima edizione torna a chiamarsi Festa del cinema di Roma, non più Festival Internazionale, perché l'evento potesse dare del "tu" al pubblico, avvicinare le persone al mondo - tutto lustrini e flash - della settima arte. Cambiano le intenzioni e con esse anche la composizione del comitato direttivo, a cominciare dal Presidente della Fondazione Cinema per Roma, il direttore storico di Ciak, Piera Detassis, fino al direttore creativo della kermesse, lo scrittore e docente Antonio Monda che sostituisce l'etereo Marco Muller e i suoi completi coreani; **non più una giuria tecnica a decidere** le opere e le interpretazioni migliori, **ma un unico e insindacabile giudice**, il solo a poter davvero decretare il successo o il fallimento di un prodotto filmico: **lo spettatore**.





meravigliosamente CINEMA

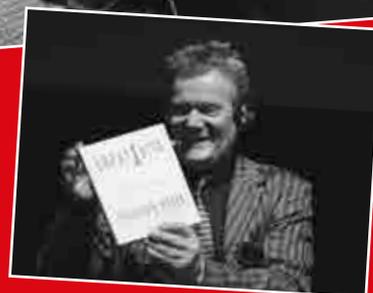
Dal 16 al 24 ottobre, l'Auditorium Parco della Musica ha ospitato appassionati di cinema, giornalisti, attori, registi, addetti ai lavori in una giostra chiasmata e colorata. Una settimana in cui ad un programma fittissimo di prime nazionali ed anteprime mondiali si sono alternate conferenze stampa e incontri "ravvicinati" con ospiti nostrani e, soprattutto, internazionali.

In quella girandola siamo finiti anche noi, **portando per la prima volta ViviCreativo**, blog di cultura e creatività di dunn, sul red carpet della Festa, raccontando ai nostri lettori e follower le emozioni di un evento unico per chi ama il cinema e non solo, attraverso gli strumenti con cui quotidianamente lavoriamo, ma che volevamo usare in un'altra chiave più ironica e leggera, come articoli, recensioni, foto, live tweeting e video.

Non è stato facile alzarsi all'alba, raggiungere l'altra parte della città, correre a consultare il programma stampa della giornata e poi chiudersi per ore dentro

una sala buia, sprofondare nelle poltrone rosse di velluto e uscirne ancora intontiti, commossi, con le guance doloranti per le risate o delusi e annoiati, per poi risalire i cento gradini in tempo per la conferenza stampa, prendere appunti e farsi largo tra fan in delirio e giornalisti navigati abituati a ben altri festival, come Venezia, Berlino, Toronto. Ma ce l'abbiamo fatta. **Ci siamo chiusi nel silenzio della sala stampa accanto a firme autorevoli** e volti noti come Anna Praderio, Vincenzo Mollica, Marco Giusti; abbiamo raccontato film importanti come il bellissimo "Truth" di James Vanderbilt con Robert Redford e Cate Blanchett, il claustrofobico e strappalacrime "Room", abbiamo riso insieme a Claudio Santamaria e Luca Marinelli nel cast di "Lo chiamavano Jeeg Robot" di Gabriele Mainetti, super-heroes movie





FASCINO ed ENTUSIASMO DEI GIOVANI CREATIVI

alla romana, sognato di camminare su un filo rosso sospesi in aria insieme al funambolo Philippe Petit, la cui storia ha ispirato il film "The Walk", viaggiato in auto insieme all'irresistibile Lily Tomlin, nonna cinica e femminista di "Grandma" di Paul Weitz per la sezione Alice Nella Città, e imparato che certi interpreti, come l'immenso Elio Germano, sparirebbero volentieri nei personaggi che interpretano, perché l'attore è un lavoro totale, di cuore, stomaco, viscere che con il divismo ha poco o nulla a che fare. Abbiamo ascoltato divertiti la straordinaria quotidianità della coppia Joel Coen e Frances McDormand e siamo rimasti incantati dal fascino british di Jude Law, protagonista di uno degli appuntamenti più attesi della Festa che, non a caso, Antonio Monda ha voluto intitolare Close Encounter.

L'incontro ravvicinato lo abbiamo avuto davvero ma con la sicurezza che ci ha intimato di non avvicinarci troppo.

Ma una cosa più di tutte ci ha affascinato, l'entusiasmo e la passione di giovani creativi con le loro camere digitali. Un giorno speriamo di raccontare quei sogni, diventati straordinarie realtà visive.

il racconto
di un evento
UNICO



Vasetto dopo vasetto, insieme da 50 anni.



Che mondo sarebbe Senza nutella

Nutella, Nutellae: c'è persino chi ha celebrato la famosa crema da spalmare, ideando una poesia.

Ad opera di Riccardo Cassini, nel 1995 viene pubblicato un delizioso libricino, che racconta con grande vivacità un Amore incondizionato verso di lei, unica e sola.

Nutella, appunto, almeno con il nome con la quale la conosciamo noi oggi.

Viene ideato dal suo lungimirante patron Michele Ferrero, piemontese, di Alba per l'esattezza, che con il padre Pietro, aveva realizzato nel dopoguerra, un prodotto destinato al largo consumo. Pietro, che di mestiere fa il pasticciere, ha l'idea di creare una pasta dolce con nocciole, zucchero e poco cacao.

Le dà la forma di un panetto, in modo da poterla tagliare e gustare su una fetta di pane, e la chiama "Giandujot", dal nome di una maschera del carnevale torinese.

Il 14 maggio 1946 viene fondata ufficialmente la ditta Ferrero. Di lì a poco verrà chiamata Supercrema.

Prova dopo prova, l'erede Michele segue le orme del padre e, dimostrando tutto il suo estro creativo, inventa il primo vasetto di una nuova crema a base di nocciole e cacao che però, secondo lui, non ha ancora un nome giusto. Vuole qualcosa di più internazionale.

Siamo nel 1964 e una sera dopo cena quando Michele passeggia per le vie di Francoforte, ha un'intuizione: racconta in una intervista che l'idea venne da nut, noce in inglese. **Ecco trovato il nuovo marchio: Nutella, semplice da ricordare, che suona bene.**

Il primo vasetto viene realizzato il 30 aprile 1964 in Italia. Il prodotto ha un successo immediato, rimane a tutt'oggi estremamente popolare e viene spesso citato oltre che nei libri, anche nella musica e nei film: basti ricordare la mitica scena di "Bianca" di Nanni Moretti fino alla Nutella "di sinistra" di Giorgio Gaber.

Con il suo accompagnamento "naturale" ovvero con il pane, è stata costruita nel tempo, anche un'immagine pubblicitaria dove gli elementi di bontà, naturalezza, gioia, condivisione ed energia sono dei must inconfondibili.

Le pubblicità del Gruppo Ferrero sono destinate a segnare la storia degli spot in Italia.

Era il 1967 e Nutella approda al leggendario "Carosello" per la regia di Sandro Bolchi: protagonisti i bambini in una rilettura del libro 'Cuore' di De Amicis a puntate. Il messaggio finale era: "Proprio Nutella Ferrero, quella che nutre sano".

Gli anni '70 vedono la simpatia del falchetto Jo Condor, in una serie a cartoni animati, con il celebre: "Nutella, sana abitudine quotidiana".



Negli anni '80, attraverso gli spot tv o le pubblicità sui giornali, i bambini di tutti i paesi del mondo parlano la stessa lingua di Nutella. Con un messaggio finale rassicurante per le mamme con "Mamma tu lo sai".

Ma ancora, attraverso pubblicità e iniziative, Nutella si rivolge a tutti, e all'inizio degli anni '90 Ferrero decide di rivolgersi a tutti i target, non più solo mamme e bambini, con il suo "Energia per fare e per pensare" fino a "Che mondo sarebbe senza Nutella".

Ma non solo attraverso la pubblicità gli imprenditori del Gruppo pensavano di posizionarsi tra i leader di mercato: noti a tutti, sono i bicchieri da collezione, decorati e da usare tutti i giorni.

Oggi le nuove campagne hanno scelto la via della personalizzazione e della geolocalizzazione: vengono infatti usati esperti linguisti per creare claim originali nei dialetti di tutte le regioni d'Italia. Le Poste Italiane hanno anche emesso da poco in occasione della celebrazione dei cinquant'anni di Nutella, un francobollo da 70 centesimi: un fondo dorato sul quale compaiono solo il tipico barattolo di vetro e due date: 1964-2014. Oggi, si vendono circa 250mila tonnellate di Nutella in 75 paesi diversi.

Spot anni '90



vintage Christmas con nutella



LAUNCH
GROWTH
CHANGE

TUTTI I NOSTRI SOGNI
POSSONO DIVENTARE REALTÀ
SE ABBIAMO IL CORAGGIO
DI PERSEGUIRLI

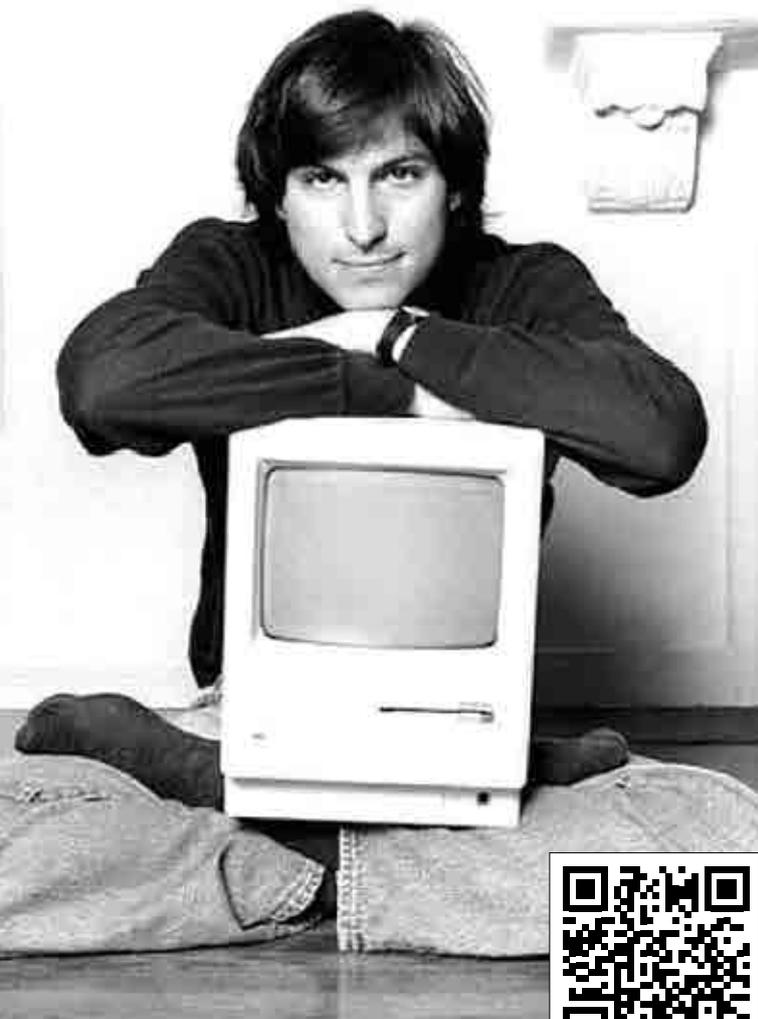
#GERMOGLIARE#SVILUPPARE#MIGLIORARE#PROSPERARE#PERFEZIONARE

**SOLO CHI È ABBASTANZA
FOLLE DA PENSARE DI
POTER CAMBIARE IL MONDO**
Io *cambia davvero*

Manipolatore, irascibile, testardo, bizzarro, infantile, egocentrico, disumano, visionario: sono solo alcuni degli aggettivi che molto spesso vengono usati nelle biografie più o meno autorizzate per descrivere Steven Paul Jobs, per tutti Steve Jobs, dando in pasto ai milioni di lettori che fagocitano informazioni, il suo ritratto tutt'altro che lusinghiero.

La storia è piuttosto nota: fondatore di Apple Inc. di cui ne è stato amministratore delegato fino al 24 agosto 2011, quando si è dimesso per motivi di salute (assumendo la carica di presidente del consiglio di amministrazione), **ha fondato insieme al suo amico e socio Steve Wozniak il 1° aprile 1976, la Apple computer**, di cui rimarrà CEO fino al 1985, anno in cui dovette lasciare la carica dopo una lunga disputa con gli altri dirigenti dell'azienda.

Jobs crea una nuova azienda nel 1986 che si chiama NeXT e compra gli studi di animazione del creatore di "Guerre Stellari", il regista George Lucas. **Nasce Pixar, che crea alcune delle più famose pellicole d'animazione, totalmente prodotte al computer.**



spot sulla storia della Apple >



LE STORIE MIGLIORI iniziano con un *Sognatore*

think different



Nel 1997 infine rientra in Apple e nel 1998 sotto la sua direzione, Apple lancia il primo iMac.

Il "visionario" ha saputo condurre la sua azienda dal tracollo all'ascesa finanziaria, fino a far divenire la Apple una delle realtà imprenditoriali più importanti ed influenti al mondo. Proiettato al futuro, non seguiva le classiche ricerche di mercato perché sosteneva: "I consumatori non sanno cosa desiderano fino al momento in cui non si mostra loro qualcosa di diverso". Il "Think different" coniato alla fine degli anni '90, con l'aiuto dell'agenzia pubblicitaria TBWA\Chiat\Day di Los Angeles, rispecchia tutto questo.

La Apple non è solo un brand ma un insieme di valori in cui riconoscersi. Jobs possedeva la capacità di creare attesa, anticipando ogni nuovo lancio come una "magia", al punto da rendere i consumatori pronti a qualsiasi gesto pur di essere in prima fila.

Ogni nuovo prodotto dell'azienda diviene famoso ancora prima di essere lanciato.

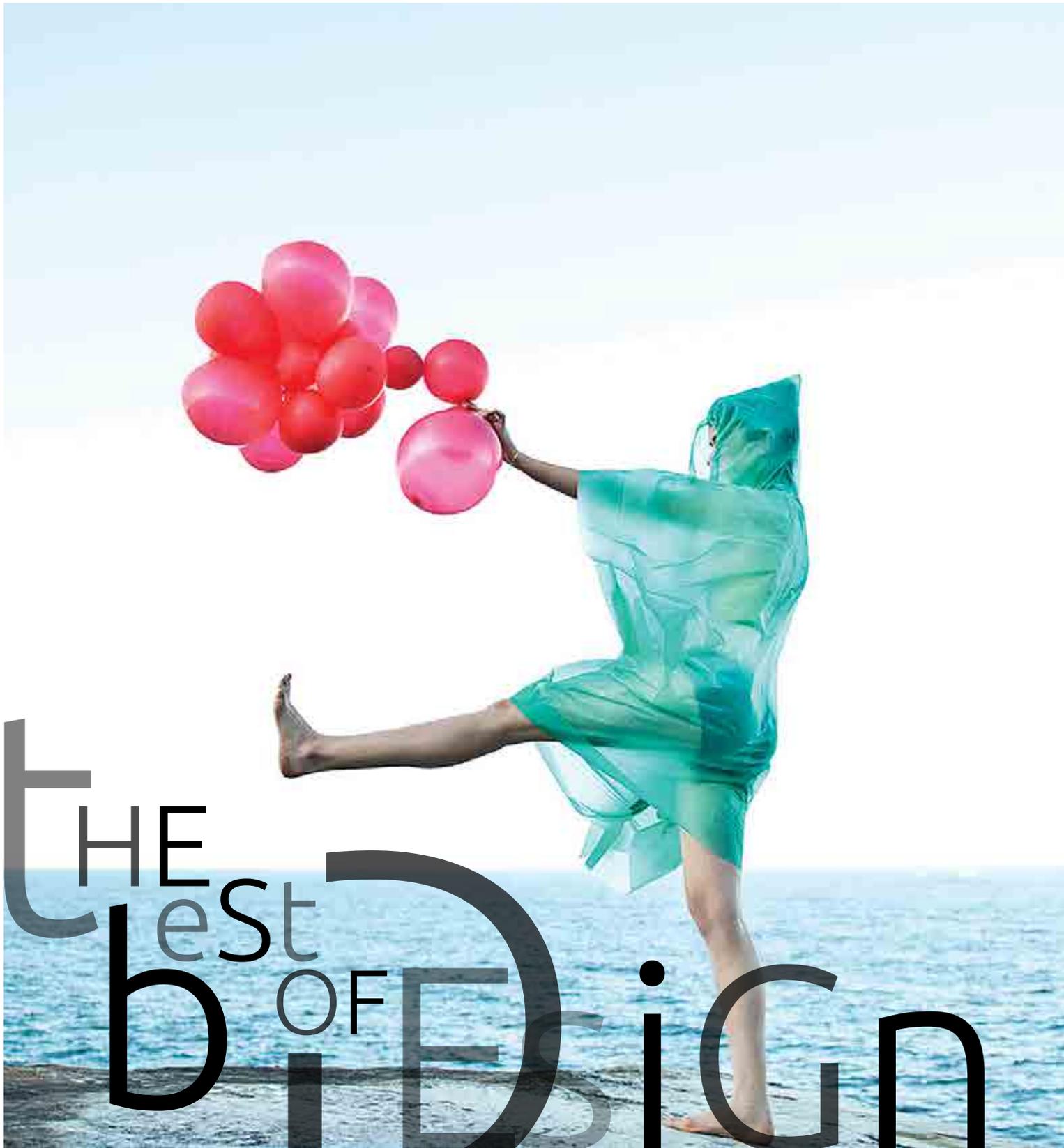
Minimalismo, eleganza, coerenza nel tempo, cura del più piccolo dettaglio rientravano per Jobs in ciò che definiva il design.

Il design non è solo quello che si vede o si sente ma ciò che fa funzionare il tutto.

Design-led approach, così

viene definita la tecnica di realizzazione dei device Apple. Un'architettura capace di semplificare l'utilizzo dei prodotti. E queste caratteristiche si ritrovano anche nelle pubblicità: uno sfondo neutro, il prodotto al centro della pagina e una linea o due di copy. Una personalità dichiarata e affermata. Come quando decise di realizzare gli Apple store (il primo nasce il 19 maggio 2001; a marzo 2015, Apple Inc. ha aperto 456 Apple Store in 16 paesi nel mondo) luoghi di indiscussa bellezza che rassomigliano più ad una esposizione artistica o ad un luogo di culto che a un negozio. Un vero e proprio marketing esperienziale. Qualcuno diceva che il genio è dolore. E probabilmente, in alcuni casi, chi si allontana di più dal luogo comune e cerca "altro" e vuole trovare "altro" esprime anche sentimenti negativi, autodistruttivi o distruttivi. Steve Jobs, questo personaggio controverso e unico, in sé riassume tutte le facce del genio.





THE
est
OF
Design

VOYEURISMO e FEMMINILITÀ

PRUE STENT

Prue Stent ha poco più di vent'anni e fino a qualche mese fa era una fotografa conosciuta da qualche amico; da poco tempo però il suo account Instagram registra numeri a dir poco interessanti.

Giovane, australiana e con una visione tutta sua del mondo che la circonda, adotta una cifra stilistica per i suoi scatti che sta riscuotendo un enorme successo.

Al limite del voyeurismo, le sue foto sono insolite, surreali e a tratti macabre: ritrae ragazze in contesti quasi infantili.

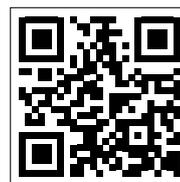
I suoi lavori hanno generato un dibattito che tocca temi come il genere, la bellezza e la giovinezza, la freschezza delle nuove esperienze. Una ragazza con molto talento da esprimere, estende la sua arte al mondo che trova attorno, Prue Stent è sempre stata a contatto con la natura. Vive, infatti, su un aspro promontorio roccioso sulla spiaggia dei sobborghi di Sidney e ha dichiarato in una recente intervista: "Nelle mie foto ci sono elementi familiari che si mescolano con un aspetto misterioso e inquietante; in un certo senso voglio sovvertire l'idea comune di bellezza, trasformandola in qualcosa di strano".

Tutto il suo lavoro ruota attorno al mondo circostante. Dalle fanciulle che nuotano, agli scorci dei boschi, alle spiagge, in molte immagini, il lavoro di Prue si concentra sulla relazione tra il corpo nudo femminile e la natura. Attraverso forme eteree e volti nascosti, scatta particolari ravvicinati e riflessi sott'acqua. Prue aggiunge un elemento di mistero a un qualcosa che altrimenti risulterebbe familiare. Usa il rosa in tutte le sue sfumature; anche questo elemento evoca il sogno dell'infanzia, la tenerezza, il nutrimento, la delicatezza. Il colore rosa rappresenta anche la dolcezza e l'innocenza del bimbo che è dentro ognuno di noi.

E che la fotografa vuole far emergere nei suoi scatti. Sembra che la sua intenzione sia quella di creare immagini



provocatorie e inquietanti. C'è molto lavoro di post produzione sulle foto e, al tempo stesso, una visione disincantata, pura, inquietante. Come si descrive lei stessa: "Sono interessata a lavori che fondono femminismo, feticismo e surrealismo. Sono entusiasta del lavoro di altre artiste contemporanee che stanno mettendo in discussione lo status quo. Sono particolarmente interessata ai creativi che lavorano per andare oltre i loro limiti".



pruestent.com



Federico Babina è un architetto italiano che vive e lavora a Barcellona. Vogliamo presentare il suo progetto online intitolato **ArchiDirectors**, una sequenza di 27 case che hanno come finalità quella di concepire una città fantastica che recupera le arti poetiche dei registi che l'hanno influenzata.

Le illustrazioni rispecchiano le personalità di registi come **George Lucas, Charlie Chaplin, Alfred Hitchcock, Wim Wenders, Federico Fellini, Ridley Scott.**

Le realizzazioni sono suggerite dallo stile, dalle ossessioni, dai colori, dalle forme a cui i registi hanno dato vita nelle loro opere, richiamandone l'immaginario visivo.

Le varietà di stili e l'indagine estetica caratterizzante il lavoro di ogni regista è qui reinterpretata attraverso gli elementi strutturali: colori, materiali e forme, il cui unico comune denominatore sono personalità forti e ben definite.

Gli elementi caratteristici del linguaggio cinematografico vengono trasportati e trasformati in architetture rigorose che rendono l'edificio unico nel suo genere,

federico babina



proprio come succede nel cinema. Come ben descritto in un recente articolo pubblicato su **Abitare del "Corriere della Sera"** Babina, che per questo progetto ha lavorato con Leonidas Mamais per il design e l'animazione e con Elisabet Raspall per le musiche, sul proprio sito pubblica non soltanto molte più case ispirate a registi ma anche altri lavori che mostrano il suo interesse per architettura e illustrazione. Così nel suo portfolio si possono trovare le architetture ispirate ai film di Archicine, il kamasutra degli edifici intitolato Archisutra, l'incrocio con l'arte figurativa di Archist e i curiosi ritratti degli architetti di ArchiPortrait. Nel portale il mondo di Federico Fellini dà vita a una casa che con le sue luci, gli equilibristi e le forme giocose richiama il mondo del circo, quella di Alfred Hitchcock, squadrata e ispirata ai dipinti di Hopper e all'architettura di Wright, evoca interni dove si

I REGISTI SONO GLI ARCHITETTI DEL CINEMA



annidano il mistero e il dubbio, mentre quella di David Lynch, dai toni blu notte, si accende all'improvviso con i drappi rossi di una grande vetrata, creando un effetto surreale in linea con lo stile dell'autore statunitense.

In alcuni casi i riferimenti sono più immediati, come nel caso dell'architettura spaziale ispirata a Stanley Kubrick e dominata dal grande occhio rosso di Hal 9000, del gotico un po' naïf dedicato a Tim Burton, dove le finestre sembrano trasformarsi in occhi di strane creature, o ancora dei colori luminosi e delle forme anni '70 utilizzate per descrivere l'universo sofisticato e pieno di ironia di Blake Edwards. Nella nostra intervista su **ViviCreativo** l'architetto Babina parla, fra le sue diverse attività di architetto, anche del portale Archidirectors affermando: "Mi piace trovare l'architettura nascosta in universi

paralleli, in questo senso, l'illustrazione mi aiuta a esplorare linguaggi alternativi. L'architettura è spesso la protagonista. Mi piace cercare impossibili relazioni tra la struttura e altri mondi e scovarla in "luoghi sensibili".

Trovo analogie, similitudini, affinità, e infinite relazioni tra le diverse forme espressive.

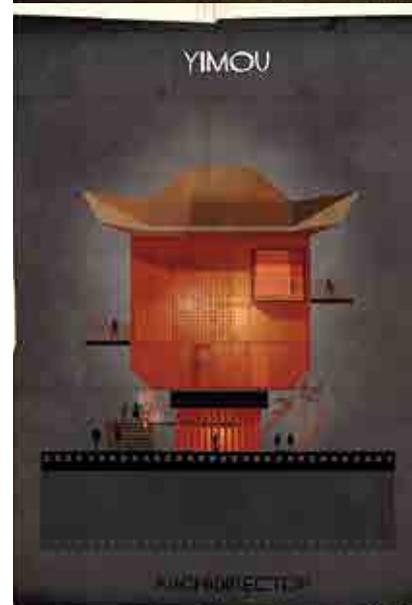
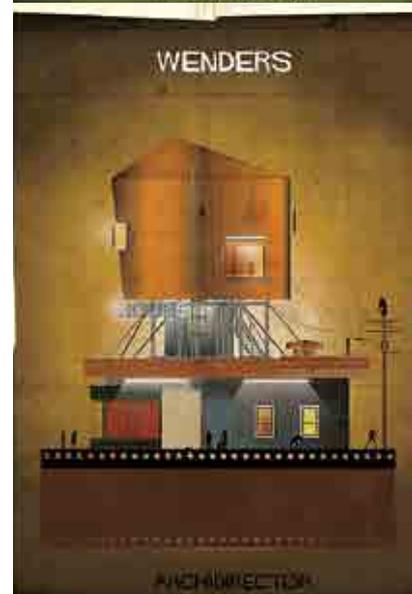
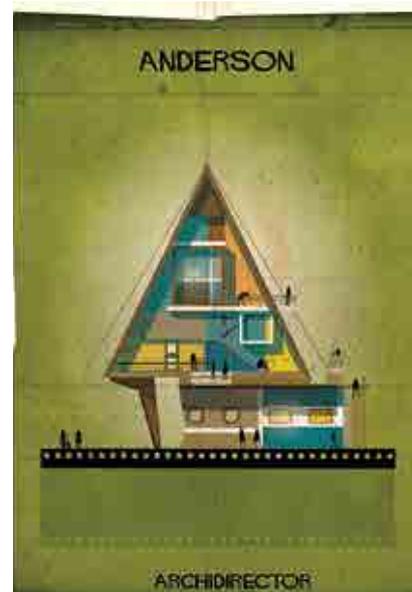
Sono architetto e mi affascina l'idea di scoprire le infinite relazioni tra le composizioni e il mondo che mi circonda. Trasformarla in una illustrazione e una illustrazione in una piccola architettura.

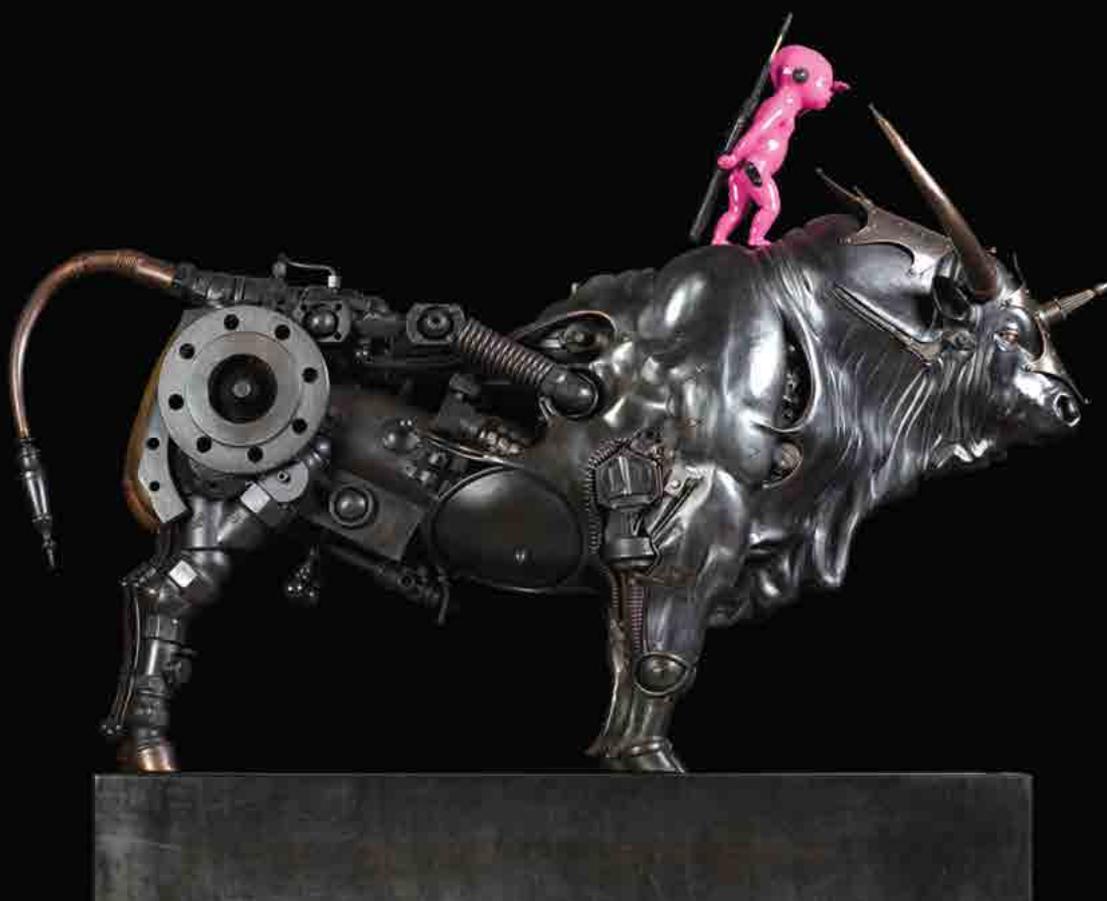
La natura, l'arte, il cinema e la vita in generale sono impregnate di architettura.

Cerco di trovare un punto di vista differente attraverso il quale osservare le cose che ci circondano".



federicobabina.com
archidirectors.com





VISIONI SURREALI

PIERRE MATTER
SCULTORE STEAMPUNK



Salvador Dalí diceva che puoi chiedere tutto ad una scultura, tranne che se ne stia ferma.



CREA IBRIDI ATTRAVERSO FIGURE MITOLOGICHE IN STILE CYBORG



Sembra proprio che lo scultore francese **Pierre Matter, classe 1964**, nato in Alsazia ma contaminato da culture diverse, consideri questo aspetto (oltre a una buona dose di surrealismo di cui Dalì ne fu il precursore) quando realizza le sue opere. Le sculture prendono vita nel suo studio di Touraine ma Matter espone nelle gallerie di tutto il mondo, come Parigi Opera Gallery, Singapore, Miami, Hong Kong, Londra, Ginevra, Seul, Monaco, Dubai, New York, Las Vegas.

Una visione surreale accompagna le sue sculture, in particolare attraverso una combinazione di materiali organici e meccanici, racchiudendoli in un'unica entità. **Le sue opere riflettono una evoluzione robotica degli esseri viventi e degli animali**, trasformando la loro somiglianza in un cyborg quasi multistrato.

Figure mitologiche, creature meccanizzate sono create in modo minuzioso da questo artista, che desidera rivalutare il modo in cui si interpretano le forme di vita nella realtà.

Difatti avverte: "Viviamo un punto di svolta che per me appare creando esseri ibridi, con l'aiuto di una mitologia che ha del mostruoso. In fondo anche le mucche in montagna non sono altro che macchine del latte.

La combinazione di natura e tecnica riflettono per me la preoccupazione di un ignoto sempre possibile ed emanano al tempo stesso un senso di potere che sembra provenire dalle moderne tecnologie".

La corrente a cui Pierre Matter si ispira è quella dello steampunk che descrive un mondo anacronistico in cui armi e strumentazioni vengono azionate dalla forza motrice del vapore (steam in inglese) e l'energia elettrica torna a essere, come nella fantascienza ottocentesca, un elemento narrativo capace di ogni progresso e meraviglia. Dove i computer sono completamente meccanici ed enormi apparati magnetici sono in grado di modificare l'orbita della Luna.

Questa atmosfera steampunk è riassunta nello slogan che artisti, letterati, pittori e scultori aderenti a questo movimento hanno inventato, cioè "come sarebbe stato il passato se il futuro fosse accaduto prima".

#VIVICREATIVO

e l'iniziativa #MettitinMostra



Dall'8 dicembre 2014 al 31 gennaio 2015, all'interno dell'iniziativa **#ViviCreativo**, si è svolto il contest online, alla sua prima edizione, **#MettitinMostra**, riservato a giovani designer e grafici di età compresa tra i 18 e i 25 anni.

15 artisti hanno realizzato delle cover **sul tema della creatività**, ma solo **i primi 6**, selezionati combinando il maggior numero di "mi piace" su Facebook e la valutazione della giuria tecnica di dunpmagazine, **hanno visto pubblicate le loro opere**. L'iniziativa ha riscosso un grande successo in termini di engagement sulla pagina social, portando i "mi piace" di ViviCreativo da poco più di 100 ad oltre 1000.

È da poco partita la seconda edizione del contest il cui regolamento è online su vivicreativo.com

Per info segui **#vivicreativo** su Facebook

Keep in **Touch**

Martina Binosi

anni: 27

professione: **creativa**

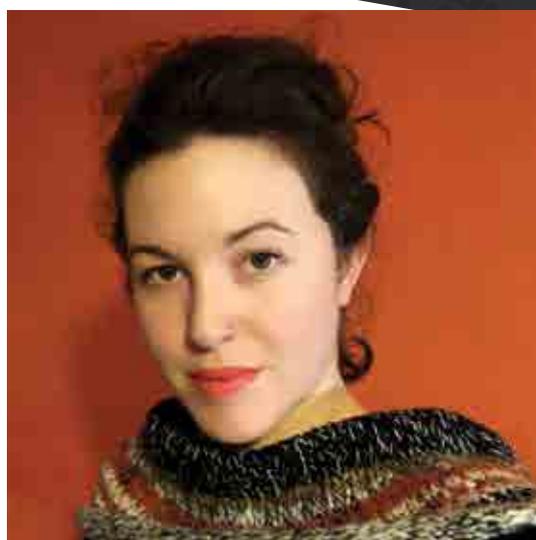
Nasce a Milano nel 1988. Per tutta l'infanzia disegna sui muri di casa e nel 2002 intraprende finalmente il percorso artistico iniziato con il Liceo e conclusosi con l'Accademia di Brera.

Dal 2007 al 2009 partecipa a numerosi stage, workshop e rassegne teatrali e artistiche.

Nel 2010 espone al Salon Primo dell'Accademia.

Nello stesso anno realizza il primo vero progetto di scenografia per lo spettacolo "Invito a cena con delitto" e realizza alcune vetrine e allestimenti interni.

Si laurea nel 2012 in Scenografia e comincia a occuparsi di illustrazione. L'anno successivo vince il premio speciale per il concorso "La scarpetta d'oro" per l'illustrazione per l'infanzia. Attualmente è assistente di laboratorio nella vetreria della scultrice Oki Izumi e collabora come illustratrice con le riviste Green Report, Tafter Journal, Piemonte Parchi.



martina.binosi@live.it



did YOU
know



THAT...

Speciale Natale

LO SAPEVI CHE?
NEWS E CURIOSITÀ
IN PILLOLE TROVATE SUL WEB
MA NON SOLO

Credi di sapere veramente tutto? Nell'era della mega informazione e di Google che si propone di rispondere a tutti gli interrogativi, abbiamo raccolto alcune piccole cose natalizie che potrebbero esserti sfuggite.

1

La prima **canzone che gli astronauti hanno cantato nello spazio** è stata **Jingle Bells**, il 16 dicembre del 1965 ad opera dei due astronauti, Schirra Jr. e Thomas P. Stafford

2

È stato **Giotto** il primo pittore ad **aver disegnato la stella cometa** con la coda e una sfavillante luce, discostandosi dall'iconografia tradizionale della stella stilizzata dalle molte punte

3

Sembra che il **bastoncino di zucchero a strisce rosse e bianche** sia stato inventato da un pasticciere, **per ricordare Gesù**: capovolgendolo, si nota infatti il richiamo alla lettera "J", iniziale del nome "Jesus"

4

La parola **"panettone"** deriva da un errore in cucina: il "Pan di Toni" è un dolce inventato dall'aiuto cuoco della **famiglia Sforza** per rimediare appunto ad un pasticcio culinario

5

Il brano più venduto di tutti i tempi a tema natalizio è **"White Christmas"** uscito nel 1942, scritto da **Irving Berlin** e tradotto in italiano con **"Bianco Natale"**

6

Coca-Cola è stata la prima azienda ad utilizzare **Santa Claus** in una promozione invernale



greenkar
AUTOMOTIVE

Nel prossimo numero presenteremo **Greenkar**, struttura gestita da un gruppo di professionisti dell'automotive, presto online con

www.greenkarautomotive.it dunp ha sviluppato per questo cliente un'applicazione web che si interfaccia con il Ministero dei Trasporti, per supportare i processi di immatricolazione per il gruppo GM (Opel, Cadillac, Chevrolet).

Parallelamente al progetto web, dunp ha realizzato anche l'immagine coordinata e la fornitura di gadget promozionali. Per Greenkar abbiamo anche sviluppato un portale con cui le concessionarie Opel e Kia, possono richiedere documenti e kit per trasformare le autovetture in autocarri.

dunp
magazine

2015 - NUMERO 08

DIRETTORE RESPONSABILE
Claudio Polito

DIRETTORE CREATIVO
Roberta Flamini

DIRETTORE EDITORIALE
Alessia Tommasini

REALIZZAZIONE EDITORIALE
Tiziana Evangelisti

UFFICIO STAMPA
ufficiostampa@dunp.it

PUBBLICITÀ
info@dunp.it

08

Segui l'iniziativa su Facebook

BY #VIVICREATIVO

IMMAGINA AZIONE

La fantasia, l'invenzione e la creatività pensano, **l'immaginazione vede**

- Bruno Munari -

14 DIC 2015 - 17 GEN 2016

PARTECIPA AL CONTEST. IMMAGINA, CREA, VINCI



#mettitinmostra

SECONDA EDIZIONE



dunp

via g. rosaccio, 6
00156 ROMA
t +39 06 4066184
info@dunp.it
dunp.it

COPERTINA DI
MARTINA BINOSI