

14

"MADE IN AMATRICE"

Iniziativa sociale

pag_04

dunp
magazine

Novembre | Dicembre 2016

All'interno _

Ultime dall'agenzia:

Maker Faire pag_06

Cosa bolle in pentola:

storie di creativi, Ambramá pag_13

Il meglio del design pag_18

e molto altro...



Inserto e intervista a pagina 13



*Lucas
Wakamatsu*
Pagina 18

BENVENUTI

DUNP MAGAZINE 2016

14

dunp
magazine

—
2016

Sommario

-  **WORK IN PROGRESS.**
COSA BOLLE IN PENTOLA
Made in Amatrice, progetto sociale di dunp 04

-  **WHAT'S NEW? COSA C'È DI NUOVO**
Incontro e interazione al Maker Faire 06

-  **#VIVICREATIVO**
Interviste ed articoli selezionati dal nostro blog 08

-  **#VIVICREATIVO. STACCA L'INSERTO**
Parola agli scenografi Ambramá 13

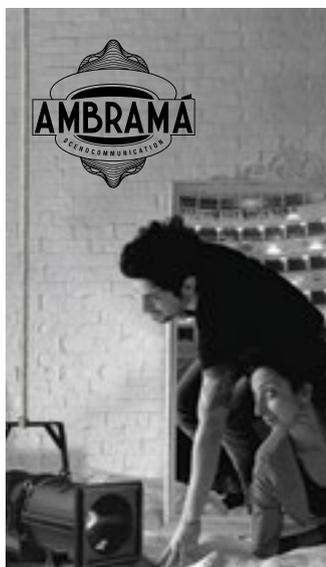
-  **THE BEST OF DESIGN**
Il meglio del design scelto da dunp 18

-  **SUCCESSI VINTAGE**
Il Natale di Pupa 24

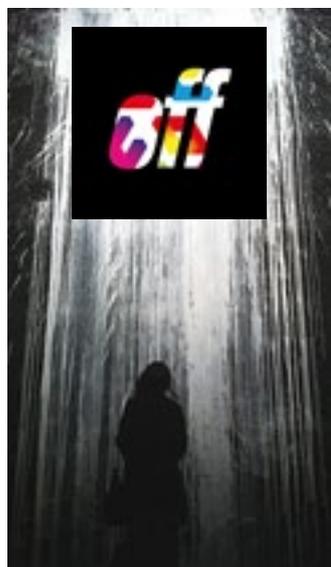
-  **CURIOSANDO**
Perchè la curiosità è il motore dell'intelligenza 26



Best of design.
Luca Wakamatsu **_Pag 18**



Ambramá.
Inserito e intervista [_Pag 13](#)



Dal blog, Outdoor Festival
a Roma [_Pag 10](#)



Natale vintage, gli spot Pupa [_Pag 24](#)



Maker Faire a Roma, il racconto della nostra esperienza all'evento [_Pag 06](#)



STEFANO D'ORAZIO

Racconta IL SUO PROGETTO *Made in Amatrice*

UN NUOVO PROGETTO, "MADE IN AMATRICE", HA PRESO IL VIA SUBITO DOPO IL TERREMOTO CHE HA COLPITO IL CENTRO ITALIA, QUALCHE MESE FA. LO SCOPO È QUELLO DI TORNARE A VIVERE E A PRODURRE IN UN LUOGO DISSESTATO DAL SISMA.

Abbiamo intervistato Stefano D'Orazio, ideatore e promotore dell'iniziativa. Il logo è stato realizzato da dunn.

Dott. D'Orazio ci racconta com'è nata l'idea di realizzare l'iniziativa "Made in Amatrice"? Quali obiettivi vi prefiggete?

Il Marchio è nato in funzione degli eventi post sisma del 24/8/2016 al fine di far meglio conoscere alcuni prodotti del luogo per poter dare un contributo a risollevarne l'economia della zona.

A tale proposito si è costituita in data 11 novembre 2016 l'associazione "Terra di Amatrice", fondata sui principi e le finalità delle organizzazioni non lucrative e di utilità sociale.

IL MARCHIO SARÀ CEDUTO ALL'ASSOCIAZIONE E QUESTA LO CEDERÀ, SEMPRE GRATUITAMENTE AL COMUNE DI AMATRICE.

ALTRESÌ L'ASSOCIAZIONE HA ACQUISTATO E SONO IN FASE DI CONSEGNA, ALCUNI MODULI ABITATIVI SU RUOTE, PER PERMETTERE DI ALLOCARE ALCUNE FAMIGLIE IN ATTESA CHE LO STATO, ATTRAVERSO LA PROTEZIONE CIVILE, REALIZZI I DUE VILLAGGI DI PREFABBRICATI COSÌ COME SONO STATI ORGANIZZATI.



Tornare a produrre in un luogo dissestato dal sisma

L'associazione, fondata sul volontariato, si propone di perseguire attività di utilità sociale per favorire lo sviluppo sociale, civile, ricettivo, abitativo, ricreativo, ecologico/ambientale e in generale, il miglioramento della qualità della vita nel territorio del Comune di Amatrice.

In questo contesto la creazione del marchio "MADE IN AMATRICE" rientra nel discorso di pubblicizzare i prodotti sia alimentari che non.

Che tipo di adesioni avete raccolto?

C'è stata partecipazione nel momento in cui si è dato il via al progetto?

Alcuni produttori della zona hanno aderito al progetto. Cesti natalizi con il marchio sono in distribuzione. Purtroppo il numero non è stato elevato data la limitazione della produzione che specie la scossa del 30 ottobre ha causato.

Si è altresì realizzato un accordo con il Gruppo Maiorana, supermercati Emmepiù, per creare un "corner" di prodotti della zona, identificato dal marchio, insieme a quelli delle altre zone terremotate di Norcia e Visso/Preci. Questo dovrebbe dare ulteriore visibilità ai prodotti di queste aree.

Una frase celebre afferma: "Quando nel dolore ci sono compagni con cui dividerlo, l'animo supera tutte le sofferenze". Che ne pensa? Per "Made in Amatrice" ha trovato la stessa solidarietà e la stessa voglia di ricominciare?

La frase è sacrosanta. Forse questo è il terremoto per il quale maggiormente si è mossa la solidarietà e la catena umana.

L'INTERVISTA PROSEGUE SU dunp.it



Incontro, confronto, formazione, divertimento e interazione, ecco il Maker Faire Rome 2016

dunp è stata presente alla quarta edizione della manifestazione **"Maker Faire Rome 2016 - The European Edition 4.0"**, la più grande fiera europea dell'innovazione promossa dalla Camera di Commercio di Roma e organizzata dalla sua Azienda speciale Innova Camera, dove innovazione, creatività e tecnologia sono state a disposizione di un eccezionale flusso di pubblico.

Dai dati ufficiali emersi nel comunicato stampa di chiusura, ci sono state oltre **110mila presenze nei tre giorni della rassegna**. Migliaia le persone che hanno affollato e percorso gli stand e visitato le oltre 700 invenzioni

presentate dai **makers** provenienti da più di 65 Paesi diversi. Alla kermesse, quest'anno alla Fiera di Roma, hanno partecipato non solo famiglie, bambini e studenti, ma anche tanti imprenditori e professionisti del settore.

"Nell'anno in cui tutti parlano di Industria 4.0 - afferma **Riccardo Luna**, curatore della manifestazione - la quarta edizione della Maker Faire Rome ne è stata la rappresentazione più potente: dagli studenti agli artigiani, dai bambini alle imprese si è visto come la cultura dell'innovazione sia l'unico antidoto alla paura del futuro e l'unico strumento per tornare a crescere".



Anche le attività dell'Area Kids si sono chiuse all'insegna del successo: 25mila ragazzi, in rappresentanza di mille classi di varie scuole italiane, hanno partecipato all'Educational Day di venerdì 14 ottobre e più di 12.500 sono stati coinvolti nei laboratori e nei learning tour realizzati da Codemotion Kids all'interno del padiglione dedicato agli young makers.

Il pubblico può scoprire, inventare, creare e percepire come sarà il futuro che ci aspetta. L'innovazione diventa alla portata di tutti attraverso percorsi esperienziali in cui i visitatori, compresi i più piccoli, sono parte integrante della manifestazione stessa.

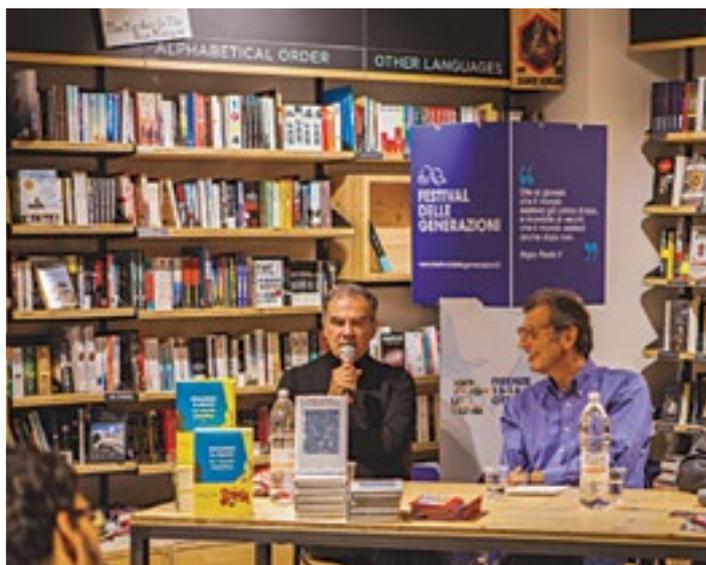
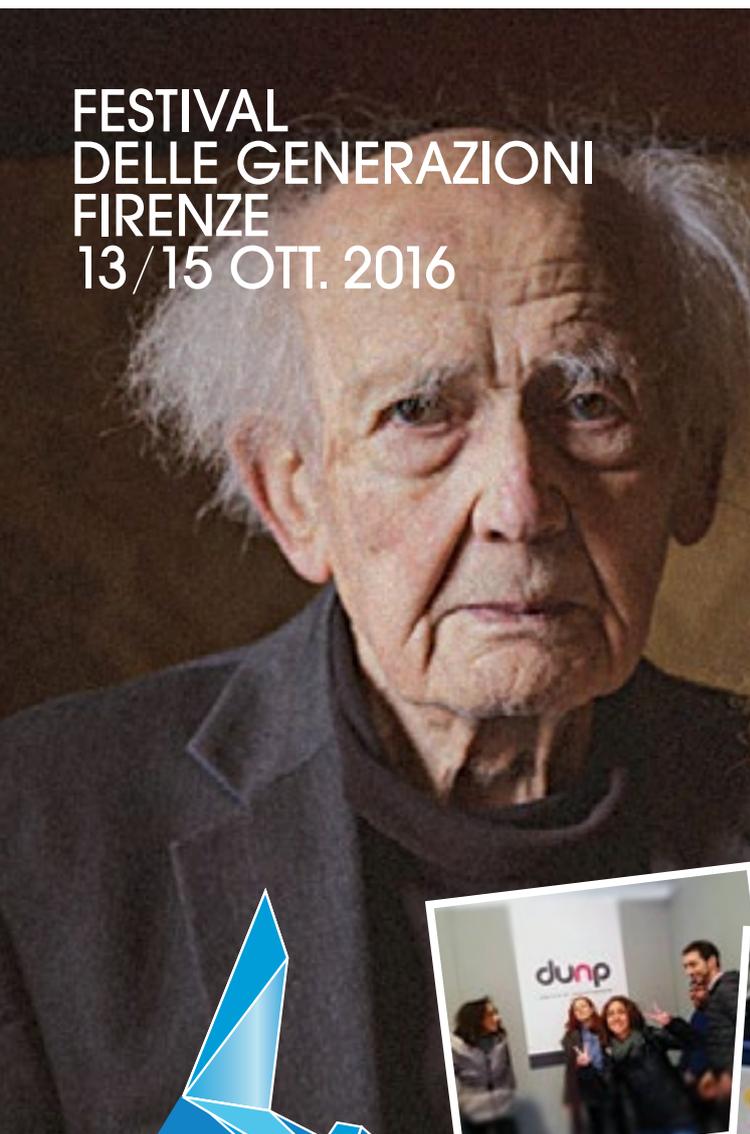
Maker Faire Rome è una manifestazione nata per soddisfare un pubblico di curiosi di tutte le età che vuole conoscere da vicino e sperimentare le invenzioni create dai makers. Idee che nascono dalla voglia di risolvere piccoli e grandi problemi della vita di tutti i giorni, o anche solo divertire e intrattenere. È un evento pensato

per accendere i riflettori su centinaia di idee e progetti provenienti da tutto il mondo in grado di catapultare i visitatori nel futuro.

Non solo una fiera per addetti ai lavori, quindi; al Maker Faire Rome si possono trovare invenzioni in campo scientifico e tecnologico, biomedicale, digitale, con focus e approfondimenti su alimentazione, clima, automazione e le nuove forme di arte, spettacolo, musica e artigianato.

**Studenti, imprenditori
e professionisti:
110mila le presenze
nei tre giorni
della rassegna**

FESTIVAL DELLE GENERAZIONI FIRENZE 13/15 OTT. 2016



13»
14.15«
OTT.
2016

DUNP AL FESTIVAL DELLE GENERAZIONI 2016

Anche quest'anno, come due anni fa, **dunp ha partecipato al Festival delle Generazioni**, organizzato dalla Federazione Nazionale Pensionati del sindacato CISL a Firenze nei giorni 13-14-15 Ottobre.

Il tema di quest'anno è stato "*Oltre le frontiere: generazioni e culture*", un argomento mai come oggi di stretta attualità, considerando che le frontiere possono essere di diversi tipi: geografiche, religiose, tecnologiche ed esistenziali.

Numerose le personalità di spicco che hanno partecipato al Festival delle Generazioni: Zygmunt Bauman, Dario Vergassola, Primo Reggiani, Paola Saluzzi, Massimo Bray, Ermenegildo Bonfanti e molti altri.

Come agenzia di comunicazione partner, abbiamo infatti realizzato il sito ufficiale dell'evento, dunp ha deciso di portare la sua visione di frontiera tecnologica che c'è tra anziani e giovani. Non potevamo rinunciare, però, a ciò che da sempre ci contraddistingue: **la creatività e la voglia di metterci in gioco**.



30.000 PRESENZE, TUTTI GLI EVENTI SOLD OUT

Successo a Firenze per la manifestazione promossa dai pensionati della Cisl per fare dialogare le generazioni. **Gigi Bonfanti**, segretario generale della Fnp: **"Il nostro sogno è diventato realtà"**.

Più di ottanta appuntamenti con oltre 150 ospiti. Tutto esaurito e centinaia di giovani in piedi per la lezione di Zygmunt Bauman - che purtroppo da poco ci ha lasciati.

Poi spettacoli teatrali, live show, incontri su salute, scuola, lavoro, memoria, scienza e ricerca, lezioni magistrali, tavole rotonde e laboratori di arte e tecnologia **in gran parte sold out**.

Quest'anno l'edizione ha stupito gli stessi organizzatori: *"Evidentemente il tema che abbiamo individuato per il 2016, quello delle frontiere, era particolarmente centrato* - spiega **Francesca Zaffino**, direttrice artistica della manifestazione.

L'INTERVISTA PROSEGUE SU festivaldellegenerazioni.it

OLTRE LE FRONTIERE: GENERAZIONI E CULTURE

Novembre / Dicembre 2016



Outdoor Festival

Roma 2016

di Roberta Flamini

Sicuramente una mostra da non perdere, quella dell'**Outdoor Festival 2016** e io penso di averla persa quando leggo sul mio telefono "Ti sarebbe tanto piaciuta, peccato che è finita". Ad un passo dal buttarmi nel Tevere, scopro di avere ancora lunedì 31, e così, vado. Arrivo lì verso le 18 in piena apertura porte e scopro che c'è un percorso da seguire all'interno di questa enorme struttura urbana allestita sia all'interno sia all'esterno.

L'ex **Caserma Guido Reni**, location bellissima, per chi, come me, ama, il genere post-apocalittico da serie tv alla walking dead. Ho la sensazione di partecipare ad una specie di gioco...trova i padiglioni, trova l'artista, scopri le sale; complice ovviamente il posto davvero enorme e le sale divise tra loro da porte ideate con le immagini

della mostra, ovviamente contestuali all'artista che sto vedendo. In queste immense camerate abbandonate spiccano le opere artistiche. Ogni artista ha saputo distinguersi creando un proprio legame con l'osservatore. Cambio stanza e vengo catapultata in ambienti sempre diversi, tutti estremamente interessanti e originali, colorati, bui, a volte interattivi a volte piacevolmente osservabili, altri addirittura destabilizzanti. Le opere che mi colpiscono particolarmente sono diverse, la maggior parte delle quali prevede una componente di interazione.

Assolutamente da citare è quella che ho rinominato "il buco della serratura", un'opera murale realizzata su di una grande porta metallica, raffigurante una ragazza di spalle.





**Ai più impavidi e curiosi viene data la possibilità di salire su delle scale e scoprire quale sorpresa si nascondeva nel “buco della serratura”.
Io ovviamente voglio scoprirlo subito.**

Si tratta di una figura maschile. Entrambi i disegni sono realizzati con gli spray ma a me danno proprio la suggestione di un quadro perfettamente realizzato. Bellissimi i colori e bellissima la resa. Gli artisti sono **Sebas Velasco** e **Xabier Anunzibai**, entrambi provenienti dalla Spagna. Destabilizzanti e probabilmente le più interessanti in

termini di idea, le opere di **Vlady** (italiano) e dei **collettivi russi Tundra** e **Kuril Chto**.

Il primo ci fa entrare in un labirinto fatto di transenne, in questa sala che sembra una sala macchine abbandonata da anni, con dei muri ammuffiti da cui spiccano queste enormi scritte.

“**This area is password protected**” e una voce robotica in sottofondo le ripete continuamente. L’atmosfera è cupa, le luci illuminano solo le scritte alle pareti. L’installazione si conclude con questa grande bandiera europea bucata al centro, con delle scalette di legno in cui poter arrivare a sederti, esattamente di fronte a questa apertura sferica, quasi a sembrare il leone della Metro Goldwyn Mayer.



11^A FESTA
DEL CINEMA
DI ROMA
13/23 OTTOBRE
2016



Image by J.R. Eyerman. © Time Inc.

“Un’opera
creativa deve
essere autentica
e coerente”

Matt Dillon (PRESIDENTE DI GIURIA)

Una nuova edizione del “Festival del Cinema di Roma” ha visto dunn, presente alla kermesse, attraverso il portale ViviCreativo. Alessia Tommasini, media manager e Chiara Ribaldo, social specialist, sono state presenti a diverse conferenze stampa e prime visioni. In particolare due film vorremmo raccontare in questo articolo, uno che ha come protagonista **Meryl Streep** e l’altro dal nome “**Naples 44**” del regista Francesco Patierno. Meryl, in conferenza stampa in forma smagliante e sempre sulla cresta dell’onda, racconta il suo nuovo film, diretto

Stacca l'inserto con
#VIVICREATIVO

Storie di Creativi intervista ad Ambramá

GLI AMBRAMÁ, AL SECOLO ADRIANO BALSAMÁ E ILARIA AMBROSINO, DI PROFESSIONE SCENOGRAFI, HANNO FATTO DELLA LORO PASSIONE UN LAVORO BELLISSIMO. LI ABBIAMO INTERVISTATI.

Innanzitutto come mai la scelta del vostro nome? Da dove deriva?

In realtà è molto semplice: Ambramá è la combinazione dei nostri cognomi AMBRosino e balsAMÁ; l'idea originale non è nostra, nasce da un semplice gioco goliardico dei ragazzi della nostra compagnia teatrale "IllocoTeatro" quando, cercando amichevoli appellativi, ci è stato attribuito il nome Ambramá, appunto, che tutto sommato ci è piaciuto sin dal principio avendo nella sua fonetica qualcosa che rimandasse al magico, al fiabesco, alla meraviglia.

Lavorate prevalentemente nei teatri ma vi cimentate anche in performance di vario genere: in quale progetto, a vostro avviso, avete espresso la massima creatività?

Capita spesso che ci vengano proposti progetti diversi dal teatro, come la cura della grafica, modellismo, performance.. ma le emozioni che lascia il teatro non sono certo paragonabili a nessuno di questi progetti. Siamo dei teatranti ed è in questo contesto che arriviamo ad esprimere compiutamente le nostre idee, le nostre emozioni. Fondamentalmente cerchiamo di utilizzare lo spazio scenico come piattaforma polivalente, come spazio ove diversi codici comunicativi possano descrivere un luogo ma soprattutto descrivano un'azione, uno stato d'essere, un testo.

vivicreativo.com

segui **#vivicreativo** anche su Facebook







ILARIA AMBROSINO ADRIANO BALSAMĂ

A quale tipo di pubblico vi rivolgete?

Abbiamo incentrato il nostro progetto per supportare le piccole/medie compagnie teatrali e i laboratori sparsi per il territorio, ma ovviamente miriamo ad arrivare anche ai circuiti più grandi con i quali stiamo stringendo importanti collaborazioni. Per entrambe le direzioni cerchiamo comunque di mantenere la nostra grammatica estendendola poi a progetti diversi come eventi artistico-culturali, cinema, fotografia, grafica ecc.

Che significa per voi “essere creativi”?

Essere creativi non è certo un dono né un'indole. Per noi è semplicemente non fermarsi a un'idea, ma lavorare su di essa. Renderla effettiva e fattibile. La creatività va intesa come processo. Non è ispirazione, è il fare. Prima di arrivare ad una soluzione tecnica e visiva è necessario impastare conoscenza, esperienza e curiosità nello spazio ideativo e produttivo di un progetto. Non c'è una formula magica o un metodo giusto, si tratta, come dicevamo prima, semplicemente di un percorso, un processo, che è bene mantenere sui binari della cura lavorativa, artistica e non meno importante, ludica.



Ambramă

info.ambrama@gmail.com

CERCA SU FACEBOOK Ambramá

L'INTERVISTA PROSEGUE SU vivicreativo.com



da Stephen Frears (autore del celebre *The Queen*), *"Florence Foster Jenkins"*. Il racconto prende ispirazione dalla storia vera dell'ereditiera newyorkese Florence che, ad un certo punto della sua vita persegue ossessivamente il suo sogno di diventare una grande cantante. Il film celebra lo spirito umano, il potere della musica e la passione dei dilettanti in tutto il mondo. La voce di Florence (Streep) dal suo punto di vista era divino, ma per il resto del mondo era tremendamente inascoltabile.

“Ho sempre voluto recitare, amo la soggettività”

Meryl Streep

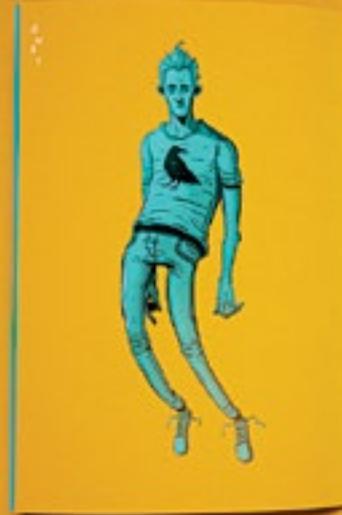
Un altro film, tutto italiano, e davvero degno di nota è *"Naples 44"* del regista Francesco Patierno che a gennaio sarà presentato sulle reti Sky.

È un docu-film, una storia a metà tra il passato (nemmeno troppo lontano) e l'oggi. Racconta la Napoli alla fine della guerra, nel 1943, secondo gli occhi di Norman Lewis, scrittore e giornalista britannico. Una città bombardata con i palazzi sventrati e i cumuli di macerie.

Uomini, donne e bambini che cercano di rinascere dalle macerie. Statue di santi che dovevano bloccare l'eruzione del Vesuvio, il sangue di San Gennaro che fa il miracolo. Napoli '44 è anche un omaggio al cinema che ha saputo raccontare quegli anni terribili, "dentro c'è Rossellini di Paisà, Cavani della Pelle e poi ancora Napoli Milionaria, O sole mio, Le 4 giornate di Napoli". È uno specchio di quello che accade oggi ad Aleppo e non solo. Tutte le guerre sono uguali, la vita che ci si trova a fare in una città bombardata è la stessa in ogni latitudine ed epoca.

Lucas @Takamatsu

Novembre / Dicembre 2016



Il colore in tutte le sue forme

Lucas Wakamatsu, è un designer brasiliano che attualmente studia design grafico a Bauru. Il suo lavoro illustrativo rappresenta al meglio la **profondità** e il **dettaglio** attraverso una affascinante ed elegante **combinazione di forme**.

È molto interessante l'uso che l'artista fa del colore: quando consideriamo il modo straordinario in cui gli impressionisti sono stati in grado di catturare l'illusione della luce naturale, il solo termine che viene in mente è senza dubbio il colore. Gran parte dell'attenzione sulla teoria del colore è incentrata sul loro uso.

Questa è una parte essenziale per ogni illustrazione.

Più in particolare, siamo consapevoli che **il valore relativo di un colore determina profondamente la sua identità cromatica**.

Fra i vari progetti, Wakamatsu ha creato quattro 'sensazioni' per indicare sottilmente i diversi sapori per una celebre marca di soda: in uno, una figura salta attraverso un tunnel multicolore che porta ad un abisso sconosciuto; un altro è composto da pois viola e rosa; un terzo vede una figura femminile offuscata in una nebbia di forme colorate e astratte; e infine una illustrazione maschile è

circondata da anelli planetari a geometrie arabesque. 'Le forme colorate in ciascuno di essi rappresentano la bevanda, che pulsa in diverse vibrazioni' afferma l'artista in un articolo.

Una dimensione alternativa e dinamica a progetti di packaging tradizionale.

"Innumerevoli artisti hanno ispirato il mio lavoro e non riesco a ricordare tutti loro" prosegue. Tuttavia, ci sono alcuni nomi non posso non citare come **Skottie Young**: con il suo modo di "trattare" personaggi come Batman, Spiderman, Wolverine o Mike Mignola che ha un modo così semplice di disegnare tutte le sue storie, **lui è una delle mie più grandi fonti di ispirazione**.

LA CREATIVITÀ PER WAKAMATSU È SIMILE A UNO SPIRITO LIBERO, NON SI PUÒ AVERLA A DISPOSIZIONE TUTTO IL TEMPO, VA E TORNA. A VOLTE CI LASCIA AL BUIO E SENZA IDEE.



LEO RUN

YOU
BLOW
A
ME



CRAIG WARD

DESIGNER,
ART DIRECTOR
ARTISTA
CONTROCORRENTE

Craig Ward, designer e art director è un artista controcorrente che, attraverso i suoi studi e i suoi lavori, **si propone di demolire alcuni "pregiudizi" radicati**, come: "Fare grafica è un mestiere facile" - oppure, con ironia, tratta il tema della font più abusata di sempre, arrivando a dichiarare "Comic Sans è il peggior tipo di carattere mai creato".

Ogni *menzogna* viene demolita attraverso le sue opere, e Craig utilizza questa "tecnica" come un punto di partenza per far discutere. Craig disserta sui temi che ha approfondito negli anni di esperienza sul lavoro, che ha preso il via a Londra e che ora si è spostato a New York. Risposte divertenti sono contrapposte ad un gusto riflessivo - nel cuore del suo libro, cita personaggi come Stefan Sagmeister, David Carson e Milton Glaser.



OGNI LINEA È UN VEICOLO DI COMUNICAZIONE

In diversi progetti si dedica all'arte del lettering, che nonostante quello che molti pensano, è un'arte molto diversa da calligrafia, che riguarda essenzialmente la scrittura nella sua forma più aggraziata e originale.

Questo tipo di realizzazione è essenzialmente collegata al disegno e come tale, si presta a notevoli varianti; **è possibile utilizzare praticamente qualsiasi materiale applicabile per esso, dando vita a risultati molto diversi fra loro.**

Questo tipo di attività offre anche all'artista ampie possibilità creative. Studiare e creare caratteri con una particolare forma è una sfida: essenzialmente si deve

legare alle esigenze del messaggio che si vuole comunicare e con l'immagine stessa che un oggetto o un concetto evocano o potrebbero evocare. Le forme grafiche finalizzate a veicolare la comunicazione, a provocare emozioni e reazioni sono molto importanti.

Ogni linea, ogni curva, ogni dettaglio è potenzialmente un contenuto e un veicolo di comunicazione.

A volte anche più del significato stesso della parola. Le tecniche tipografiche di questo tipo sono un modo popolare e visivamente dinamico per aggiungere elementi testuali per tanti lavori artistici, che possono essere declinati nell'advertising e nella pubblicità.

"La lingua è UN'IMPRONTA, l'impronta maggiore

Una nuova animazione interattiva online che si chiama "My grandmother's Lingo" racconta una storia personale e toccante: **quella di Angelina Joshua, una giovane donna aborigena che vuole preservare la sua cultura indigena, ormai in via di estinzione attraverso il linguaggio.**

Un gioco di attivazione vocale fa da sfondo ad animazioni uniche per sbloccare i capitoli nella storia di Angelina.

Allo stesso tempo permette di aumentare la consapevolezza di uno fra i problemi dell'Australia più importanti.

La Lingua - **specificamente chiamata Marra** - oggi viene parlata solo da tre persone nella remota Arnhem Oriente, comunità di Terra di Ngukurr dove Angelina vive.

Proveniente dalla piccola comunità remota di Ngukurr nel sud-est Arnhem Land, Angelina, 28 anni, è una donna con una missione: insegnare, condividere e preservare la lingua indigena del suo popolo.

Come molti giovani indigeni, **Angelina non è cresciuta parlando il linguaggio tradizionale dei suoi anziani, ma il suo obiettivo è non perderne traccia.**

Il progetto è stato così tanto apprezzato da essere preso in carico da SBS, realtà da sempre dedita alla produzione di contenuti multiplatforma innovativi. In questo caso



della NOSTRA CONDIZIONE UMANA"

il progetto è stato creato per esplorare le diverse culture in Australia e sensibilizzare un ritorno alla cultura tradizionale.

Il portale "My grandmother's Lingo" è un grande esempio che unisce la narrazione classica con la tecnologia digitale interattiva, con lo scopo di incoraggiare la comprensione della conservazione della lingua indigena a tutti gli australiani.

Animatore e illustratore è **Jake Duczynski** (Gamilaroi), regista e designer che, insieme a SBS e agli abitanti della comunità, ha contribuito a creare una unica, potente e nuova piattaforma visibile a tutti.

Dando vita
alla lingua indigena,
"My grandmother's Lingo"
ha lo scopo di aiutare
a preservare la lingua attraverso
un unico gioco online animato,
sostenuto dalla voce
dell'utente

THIS STORY NEEDS YOUR VOICE.

OVER THE NEXT 10 MINUTES,
YOU'LL SPEAK ONE OF THE OLDEST
LANGUAGES IN THE WORLD.

EACH WORD YOU LEARN UNLOCKS A NEW CHAPTER.

PUT ON YOUR HEADPHONES AND GET YOUR
MICROPHONE READY.

CONTINUE

TURN ON MY
MICROPHONE

my Grandmother's Lingo



il Natale di Pupa

Simbolo del made in Italy in fatto di make up, **Pupa è un'azienda di Milano nata alla fine degli anni '70** che ha sempre dato un'immagine di sé puntando al divertimento e alla seduzione. Sgombra il campo dai tabù del trucco, punta sulla potenzialità dei colori e sulla bellezza vista come un gioco. Così è andata dritta al cuore delle ragazze italiane. Quel nome, Pupa, evocativo, intimo con grinta, sfida tutti con il suo rosso. Il rosso della passione.

Gli anni '70 hanno rappresentato il momento dei grandi marchi dall'accento francese e dall'immagine aristocratica, ma Angelo Gatti, oggi presidente della multinazionale lombarda, a quella sua intuizione ci credeva. Ed è stato un successo.

Un nome che aveva tante valenze positive, come conferma il suo patron; in tutte le lingue del mondo si legge sempre allo stesso modo, è breve e soprattutto è italiano.

Nasce in sordina con una "minilinea" dal packaging dirompente, tutto rosso, in assoluto contrasto con l'aria tanto seria che avevano le altre linee di cosmetici dell'epoca. Pupa appartiene al Gruppo Micys. Oggi i figli di Angelo, hanno preso le redini del gruppo. Valerio è l'amministratore delegato mentre Paola, che segue il marketing, si circonda di uno staff prevalentemente composto di donne - con tanto di asilo aziendale



Chi Ti Ama Ti Pupa



annesso - ha una forte attenzione per l'universo femminile, anche al di fuori del core business. **Da anni sono impegnati nel sociale** (sostenendo Emergency nel progetto Centro di Maternità in Afghanistan e la fondazione Veronesi) **e in azienda hanno scelto l'impianto fotovoltaico per il risparmio energetico.**

Una scelta importante, che sta dando ragione all'azienda, è stata quella in tre anni, di non aumentare i prezzi. La politica del "prezzo democratico" consente di mantenere stabile anche il mercato nazionale. Nell'ultimo biennio, hanno poi puntato moltissimo sul web, dove sono estremamente attivi: oltre 17 milioni di pagine viste, 2 milioni di visitatori unici, una community su Facebook, un canale Youtube dedicato a video tutorial make up e un corporate blog che racconta le nuove tendenze.

Pupa negli ultimi anni ha ampliato la gamma dei prodotti, includendo ora profumi e creme per il corpo; insomma da trent'anni sono sugli occhi, sulla bocca e sulle guance delle donne.





1. Il colore viola

Si dice che **gli artisti** credano che **indossare qualcosa di viola sia di cattivo presagio**. Il motivo è che nel Medioevo fare spettacolo era considerato troppo distante dalla sacralità e infatti erano vietate qualsiasi rappresentazioni teatrali nelle vie e nelle piazze durante il periodo quaresimale, il cui colore è appunto il viola.

3. L'applauso

Le più antiche testimonianze sull'**applauso** risalgono al periodo del teatro classico greco: si esprimeva **approvazione con rumori**, perciò il pubblico gridava, batteva le mani e pestava i piedi.



5. Ca' Centani

Situata nel cuore del Sestiere di San Polo a Venezia, "tra il ponte dei Nomboli e quello della Donna onesta, nella parrocchia di San Tomà", con la sua ampia ed elegante facciata gotica, **Ca' Centani è la casa di Carlo Goldoni**, oggi museo e sede di una delle principali biblioteche specializzate nel settore del teatro.



2. Poltrone di velluto

Si dice che sia stato **Wagner** a scegliere per primo **il velluto per ricoprire le sedie del teatro**, per la particolarità di questo tessuto di assorbire il suono dell'orchestra, eliminando l'effetto eco.

4. Il colore rosso

La scelta risale al **periodo ottocentesco**, probabilmente **per evocare lusso e sfarzo**, anche se il critico Georges Banu sembra convinto che optare per il colore rosso rimandi al vino e al sangue di Cristo, come al 'sangué' degli eroi negli spettacoli.





Nel *Prossimo* NUMERO

Nel prossimo numero, parleremo del fotografo concettuale **Robert Cybulski** che ha realizzato una serie di scatti che rappresentano i pionieri dei viaggi nello spazio, con un concept studiato tutto in bianco e nero, di astronauti nelle loro tute spaziali.

Nella serie fotografica chiamata "**Spazio vuoto**", Robert Cybulski ha collocato alcune persone vestite in abiti da astronauta in una stanza vuota con pareti lisce. Nelle sue inquadrature non c'è nulla di più... da non perdere!

dunp
magazine

2016 - NUMERO 14

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

14



RICHIEDI UNA
**COPIA
GRATUITA**



www.bdprint.it

Il portale per la **stampa online**
dedicato agli editori e
ai professionisti

PREVENTIVO ONLINE

STAMPA A PARTIRE DA UNA COPIA

CONTROLLO GRATUITO FILES

GRAFICA E IMPAGINAZIONE

GALLERIA RISERVATA PER RISTAMPE

ASSISTENZA CLIENTI

SPEDIZIONE IN ITALIA E ALL'ESTERO



info@bdprint.it



06 4320889 / 06 4320848



Via Tiburtina 912, Roma



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

COPERTINA DI
AMBRAMÀ

