

ULTIME DALL'AGENZIA
inaugurazione dunp _04

COSA BOLLE IN PENTOLA
dolcissimi MiTiroSù _08

Il meglio del design _18
e molto altro...

APERIdunp

TUTTO È PRONTO PER L'EVENTO

2017

CON ART OF SOOL

—
ANCHE QUEST'ANNO
DUNP PREMIA L'ARTE

iniziativa, intervista e inserto

_14

SEI UN CREATIVO?

VUOI
COLLABORARE **CON NOI?**

PROPONI LA TUA CANDIDATURA
PER ENTRARE **NELLA NOSTRA RETE:**
INTERVISTE, MOSTRE E
COLLABORAZIONI, **TI ASPETTANO**

SCRIVI UNA MAIL AL DIRETTORE CREATIVO
ROBERTA FLAMINI [roberta@dunp.it]

allegando le tue opere migliori e il link al tuo sito.

PER INFO VISITA
dunp.it

**ENTRA
A FAR PARTE**
DELL'UNIVERSO
CREATIVO DI DUNP

dunp

BENVENUTI DUNP MAGAZINE 2017



UN EVENTO.UN SOGNO.

Benvenuti in dunn, benvenuti nella periferia creativa



SOMMARIO

COSA SUCCEDDE IN DUNP Un evento, un sogno: inaugurazione	04
COSA BOLLE IN PENTOLA Dolcissimi MiTiroSù	08
INTERVISTE/CREATIVITÀ Raffaele Vannoli e "Il Barattolo" Contest #fotobrutta	10 12
INSERTO Intervista e copertina di ArtofSool	13
IL MEGLIO DEL DESIGN Eccellenze artistiche selezionate per voi	18
PUBBLICITÀ VINTAGE Un mondo di caramelle anni '80	24
PILLOLE Alla scoperta della comunicazione	26



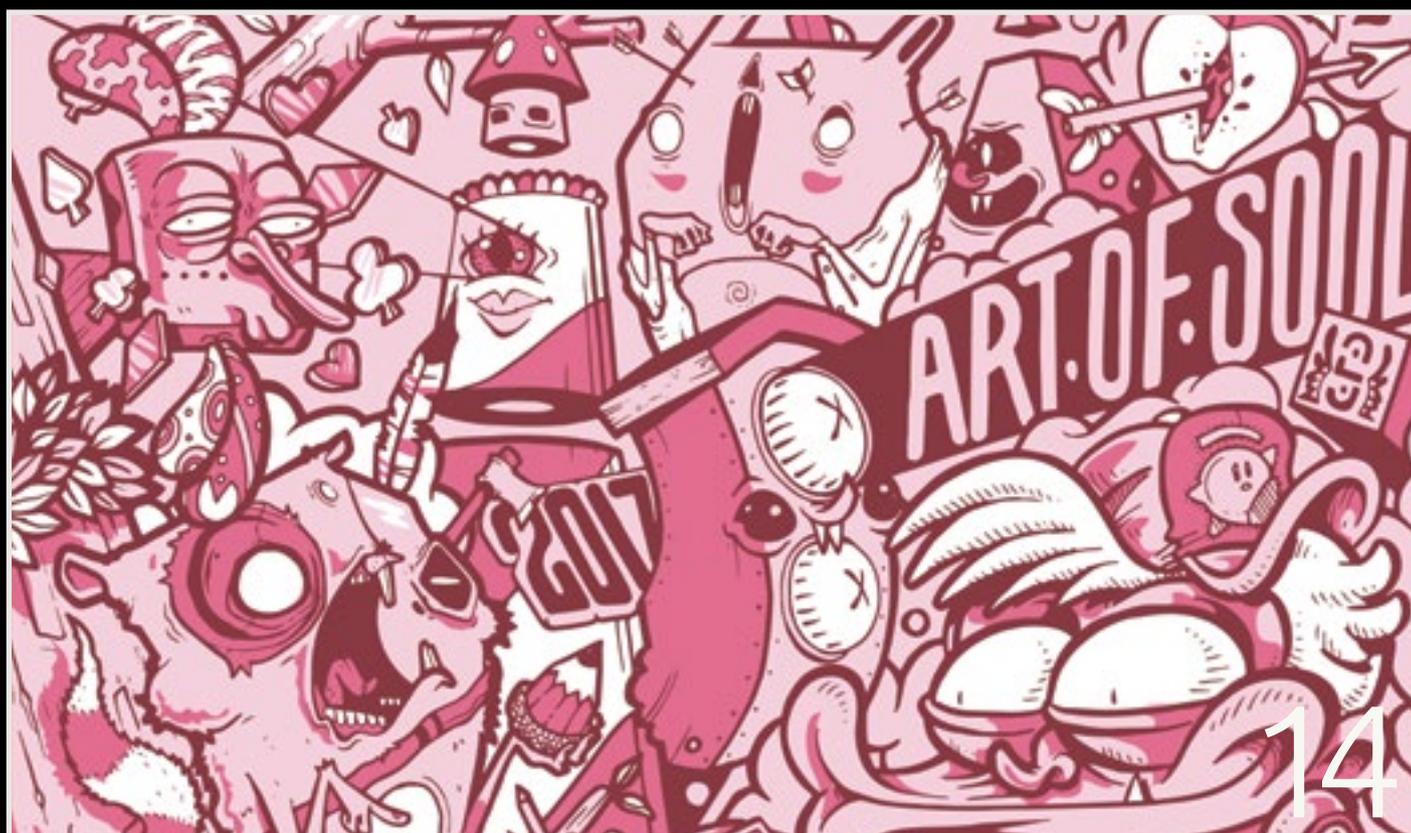
**SEI ?
UN
DESI
GNER**

PROPONI IL TUO LAVORO

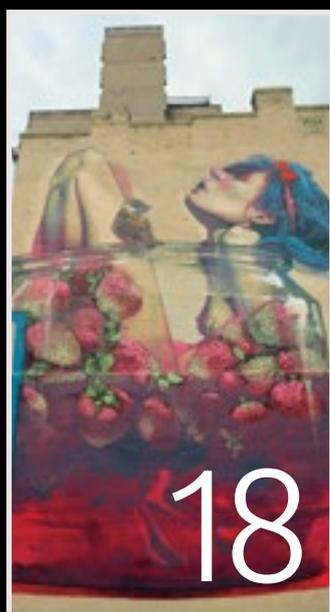
Cerchiamo artisti, designer,
fotografi, illustratori con cui
avviare collaborazioni.

SCRIVI AL DIRETTORE CREATIVO
roberta@dunp.it

Il primo evento dunp in terrazza
realizzato il 18 maggio



La seconda cover 2017 degli Art of Soul



Etam Cru, duo di illustratori e street artist



Gli anni '80 e le sue caramelle



Intervista a Raffaele Vannoli de Il Barattolo

**APERIdunp
TUTTO È PRONTO
PER L'EVENTO**



*“La performance
sui trampoli”
dei giovani
di Accademia Creativa*

PRIMAVERA 2017



18 MAGGIO DI POMERIGGIO... DA UN'ALTRA PROSPETTIVA...

È COSÌ CHE, ABBIAMO SPENTO I PC
E ABBIAMO VISTO IL NOSTRO
UFFICIO SUBIRE UNA METAMORFOSI:
SIAMO ENTRATI IN MODALITÀ
“TUTTO È PRONTO PER L'EVENTO”.

Le occasioni per festeggiare sono state dettate da alcuni obiettivi importanti per dunp: l'inaugurazione del nuovo look della sede e i due anni del nostro dunp magazine. Una sede nuova dopo i lavori di ampliamento e rinnovamento che tra le tante novità ha portato un nuovo spazio desiderato da tempo: la terrazza.

La terrazza, o zona roof come amiamo chiamarla, è nata e ideata per essere un punto di incontro relazionale per tutti noi: clienti, fornitori, dunpers e amici.

La festa del 18 maggio è solo il primo degli “eventi incontro” di dunp.



Una festa preparata da giorni, settimane che è stata curata nel minimo dettaglio per rendere indimenticabile l'aperitivo: l'impegno dei dunpers si è visto momento dopo momento.

Indimenticabile il momento "foto brutta" con il nostro angolo photobooth allestito all'entrata, pronto ad accogliere i nostri ospiti, invitati a fare la foto più brutta.

Da qui è partita una vera e propria votazione, per eleggere la foto più brutta!

Anche per la scelta del food, niente è stato lasciato al caso e l'elemento creatività non poteva mancare. Partendo dai vini di **Casale del Giglio** il percorso portava verso il bancone bar di **Barattolo**, nell'angolo della terrazza, con una proposta di cocktail davvero particolari e una proposta di food con la tecnica della vasocottura; per stupire sul finale con i tiramisù millegusti del nostro **MiTiroSù**.

Per festeggiare i due anni del magazine, invece, sono state esposte in terrazza le cover con le illustrazioni realizzate dai creativi che hanno partecipato in passato

al contest #mettitiinmostra, alcuni dei quali erano presenti per l'occasione.

Ad intrattenere gli ospiti, durante l'arco della serata, le performance sui trampoli dei ragazzi di **Accademia Creativa** che a fine serata hanno proposto un suggestivo spettacolo con il fuoco.

Dopo lo spettacolo finale dei ragazzi di Accademia Creativa, il **tanto atteso discorso del Presidente dunp Claudio Polito**.



**GUARDA
IL VIDEO**





Già dalle prime parole trapelava l'emozione sia per la festa in sé sia per il percorso che ha portato fin qui.

HA MESSO SUBITO LE MANI AVANTI DICHIARANDO IL SUO STATO DI "STASI EMOZIONALE E DI UN'ESTASI EMOTIVA" PER POI PROSEGUIRE CON IL DISCORSO, CIRCONDATO DAI NOI DUNPERS.

ci hanno s(o)pportato
 Sogester (allestimenti, audio, stampa)
 Accademia Creativa (spettacolo)
 Il Barattolo (Catering e Cocktail)
 Mitirosù (Dolci)
 Casale del Giglio (Vini)
 The Factory (Stampa)



Tutto questo è stato reso possibile grazie al lavoro incredibile di **Sogester** che ha curato la logistica dell'evento in ogni aspetto con grande professionalità.

"dunp è un'emozione, un sogno che siamo riusciti a realizzare" ha detto ricordando la partenza, 9 anni fa in un laboratorio di 16 mq, fino ad oggi "pronti per rilanciare e partire verso il futuro". Ha descritto poi la sua visione, i suoi "momenti" ripercorrendo i fumetti che ha nel suo ufficio.

Non sono mancati i ringraziamenti per i presenti, per chi non c'era e per tutti i dunpers che hanno reso possibile la riuscita dell'evento.

UNA PAROLA, SU TUTTE, È EMERSA: **GRATITUDINE.**

Partendo dalla gratitudine per le persone del presente e per quelle del passato che hanno aiutato a costruire il suo percorso e il momento attuale, ha descritto la vita come un percorso in cui tutto è collegato: **"La nostra vita proprio è collegata. Dietro qualsiasi cosa, che a noi possa apparire in quel momento negativa, c'è sempre un aspetto positivo ed è su quello che dobbiamo puntare non sulla negatività"**.





Un percorso che ha consentito a tutti i dunpers di fare tutto quanto in libertà. La libertà, il concetto base di chi lavora in dunp:

**“liberi di esprimere la nostra
creatività, liberi di esprimere
la nostra professionalità,
di avere la possibilità di agire
per realizzare i nostri sogni”.**

Dopo il finale ringraziamento ai genitori ha preso la parola il Direttore Creativo Roberta Flamini per ringraziare Claudio “per la sensibilità e la forza con cui ha portato avanti tutto questo”.

UNA FESTA CHE HA UNITO, CHE HA FESTEGGIATO IL NUOVO, CHE HA UFFICIALMENTE APERTO LE PORTE AD UNA PARTENZA E UN RILANCIO ALL'INSEGNA DEI SOGNI E DELLA POSITIVITÀ.





I DOLCISSIMI MITIROSÙ di Valerio Zappone

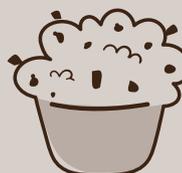


Valerio Zappone, classe 1988, è un giovane imprenditore romano che un giorno ha deciso di dare vita a un sogno nel cassetto, quello di creare dei tiramisù con una ricetta del tutto personalizzabile: per questo sono nati i **MiTiroSù**.

In questa intervista si racconta...

Partiamo da te. Quando hai pensato di avviare l'attività di MiTiroSù e perché?

L'idea di MiTiroSù nasce nella primavera del 2016, in uno di quei momenti di relax che ci si concedono nel weekend lontani dalle pressioni del proprio lavoro. L'idea, semplice, era quella dare alle persone la possibilità di cimentarsi nella composizione del loro Tiramisù preferito. Si perchè siamo pieni di gelaterie, yogurterie, creperie, ma nessuno se non pochissimi luoghi dove si possa gustare un buon Tiramisù nei gusti che piacciono di più.





L'idea ha poi preso forma nell'estate, dove abbiamo presentato il nostro brand e il prodotto ad alcuni eventi food tipici della provincia Romana, nello specifico nella zona dei Castelli Romani. È stato un successo! Da qui, e date le molte richieste che ci sono arrivate tramite i nostri eventi e sui social, a Dicembre (precisamente il 14) abbiamo inaugurato il nostro primo punto vendita su Roma.

Il tiramisù è dei dolci italiani più famosi del mondo, campione di leggerezza e sapore, esportato con successo anche all'estero. Gli è appena stata dedicata una Giornata mondiale. Perché secondo te è sempre così amato? In cosa consiste la tua rivisitazione?

Il successo del tiramisù è sicuramente dovuto alla sua semplicità nella preparazione, nella sua versione tradizionale, e versatilità. Non a caso si è prestato nel corso degli anni a diverse interpretazioni, sia casalinghe che non.

La nostra ricetta non prevede l'uso dell'uovo crudo, che viene sostituito da una nostra crema all'uovo (quindi cotta), amalgamata con il mascarpone. Le diamo volume con la panna montata, nella nostra variante "Classica" c'è anche l'aggiunta di una nostra crema allo Zabaione. Tra i vantaggi di questa nostra ricetta c'è sicuramente la pastorizzazione dell'uovo, che risulta più assimilabile e permette anche a chi è in dolce attesa di potersi concedere un momento di golosità (non sia mai che il nascituro nasca con voglie di cacao o di pavesino).

Quali sono le tue specialità, oltre al MiTiroSù?

Molto apprezzati sono le nostre cheesecake e i nostri babà (che produciamo in laboratorio), ma anche cookies, panne cotte, torte della nonna, torte di ricotta e pere, oppure di ricotta e scaglie di cioccolato.

Su prenotazione realizziamo anche torte più tradizionali come charlotte, mimose, sacher, millefoglie, profiterrol e molto altro.

Come vedi la tua impresa fra tre anni?

Sicuramente più digitale, ho intenzione di rendere MiTiroSù tascabile e a portata di click! Con le nuove tecnologie e con tutti gli strumenti digitali che esistono, oggi è possibile essere sempre al servizio del cliente, anche a distanza. Il digitale è uno strumento che può portare vantaggi anche in prossimità, ovvero ci sarà la possibilità di inviare la comanda per la creazione del proprio MiTiroSù dal proprio smartphone, e pagare alla cassa direttamente con il cellulare.

L'INTERVISTA PROSEGUE SU mitirosu.it



enjoy





**RAFFAELE
VANNOLI**
PER TUTTI "LELE"
È UN ATTORE,
REGISTA,
IMPREDITORE
ROMANO VERSATILE

che mette in moto progetti del tutto originali.

Una persona che di cose da raccontare ne ha tante.

Nel cuore di Borgo Pio, vicino a San Pietro, in una Roma classica e monumentale, trovi **Barattolo Express** che è più di un locale, un caffè letterario, un jar bar per riprendere ciò che lo differenzia dagli altri, ovvero un luogo dove ti servono cibo cucinato con la tecnica della vasocottura.

**LA VASOCOTTURA È
LA COTTURA IN VASO
E, PIÙ PRECISAMENTE,
NEI VASETTI DI VETRO.**

A metà strada tra la cottura al cartoccio e quella al vapore, composizione, consistenza, colore e profumi di pollo,

pesce, verdure in particolare sono quasi inalterati.

Un tipo di cottura veloce, pratica, sana, "trasparente" visto il contenitore e persino scenografica, tanto da meritarsi, quella del "Barattolo", il premio formule innovative su Gambero Rosso.

Da Barattolo Express puoi leggere e scambiare titoli di ogni tipo, dai classici alle storie brevi mentre sorseggi un cocktail, o partecipi a un reading letterari.

Questo posto è gestito da **Raffaele Vannoli**, che non appena lo nomino per sottoporgli un'intervista, mi interrompe sagacemente:



"NESSUNO MI CHIAMA RAFFAELE VANNOLI, IO SONO LELE, RAFFAELE, LELLO E SUPER LELLO. HO 4 NOMI E QUATTRO VITE"

Una persona che di cose da raccontare ne ha tante. È un attore che ha lavorato con i più grandi nomi del cinema italiano, da Francesca Archibugi ("è rimasta così, da allora ogni volta che la incontro è sempre così), a Carlo Mazzacurati, a Claudio Caligari, a Paolo Virzì ("il mio preferito" dice

serio) a Giacomo Campiotti, regista di "Braccialetti Rossi". Nel 2007 fonda lo storico "Contestaccio", ma ci tiene anche a nominare l'Associazione "Il Grande Cocomero" a San Lorenzo, per i bambini diversamente abili. Produttore, regista e imprenditore pensa che sia giusto investire in cultura e creatività, ogni lavoro o progetto che segue ha questa impronta.

Lele ci racconta anche delle fughe sull'isola di Favignana, d'estate, trascorre qualche tempo fuori dai ritmi frenetici nel luogo dove, ammette, "vorrei vivere sempre".

"Vivresti in Italia piuttosto che all'estero?", gli chiedo. "Sì, in Italia, in Sicilia".

LELE HA LAVORATO
CON I PIÙ GRANDI
REGISTI DEL CINEMA
ITALIANO
DA FRANCESCA
ARCHIBUGI
A PAOLO VIRZÌ



INTERVISTA
← VIDEO



PAGINA →
FACEBOOK

PER VEDERE L'INTERVISTA
COMPLETA VAI SU **YouTube dunn**

"A FAVIGNANA
VIVREI
PER SEMPRE"



CONTEST #FOTOBRUTTA by dunn

Noi dunnpers amiamo molto i contest

soprattutto perché ci avvicinano ai nostri clienti, amici e fornitori che ogni giorno ci accompagnano nel nostro lavoro ma anche a chi non ci conosce ancora.

Dopo il contest "salta con dunn" e le due edizioni del contest "mettiti in mostra" per vivicreativo, è arrivato il nostro terzo contest.

In occasione dell'aperitivo nella nuova terrazza dunn abbiamo giocato con clienti, amici, fornitori e anche tra di noi, non prendendoci troppo sul serio, scattando foto buffe nell'angolo photobooth allestito. Ispirati dall'originalità ed eccentricità delle polaroid stampate abbiamo deciso di condividerle con tutta la nostra community online dando il via al nostro contest!

Da photobooth a foto brutta è stato un attimo...

e per "foto brutte" intendiamo simpatiche, bizzarre: tutto quello che siamo riusciti a creare usando un kit



OFFICINA CREATIVA

Art of SOOL è un collettivo di tre artisti che da anni vivono e lavorano sotto lo stesso tetto in un piccolo villaggio tra i monti nel Nord Italia, in Valle Camonica, dove sono nati e cresciuti, quindi, fin da piccoli, i tre sono stati immersi a pieno nella natura e da essa spesso traggono spunti per le loro opere d'arte.

Non è da meno la grafica rosa realizzata per dunn, dove i ragazzi si sono completamente sbizzarriti nel loro stile realizzando un "classico" mondo SOOL, scattando una foto nella loro fantasia mischiata, così da realizzare un'immagine giocosa e divertente dove ogni personaggio è intento e "perso" nella propria azione.

L'ispirazione per la creazione dell'immagine è diversa e varia di artista ad artista, così, ognuno dei tre, ha preso spunto e idee da vari fattori.



COPERTINA A CURA
DI **ART OF SOOL**



Esempio il ragazzo sulla destra che gioca al GameBoy, realizzato da ilClod, l'ispirazione qui è dovuta al colore scelto, il Rosa, classico colore che identifica la primavera, ma anche di Kirby, il personaggio della Nintendo disegnato sul cappellino del giovane giocatore, seguendo quindi l'idea ludica, l'artista aggiunge uno dei suoi classici "Quadrati volanti" alla scena, in alto a sinistra, circondato dai quattro semi delle carte: Fiori, Cuori, Quadri e Picche e le textures che lo circondano sono anch'esse ispirate al mondo dei videogiochi, infatti riusciamo a vederci Pacman stilizzato.

L'ispirazione del colore viene colta anche da Nick Neim, che trasforma però il rosa in rosso e realizza il faro e il semaforo in mezzo alla scena.

VIVICREATIVO.COM

13 | INSERTO





INTERVISTA AI CREATIVI

L'IMMAGINE DI QUESTA COVER È GIOCOSA E DIVERTENTE E OGNI PERSONAGGIO È "PERSO" NELLA PROPRIA AZIONE



ART
OF SOOL

"Entrambi sono elementi che puoi trovare su vari percorsi e in molti viaggi"

spiega e seguendo il motto "A trip with SOOL" che li accompagna da 7 anni, Nick dà vita a questi elementi d'arredo urbano trasformandoli nei suoi personaggi scomposti, spaccando la scena in due direzioni, quasi a far scegliere allo spettatore la nuova via da intraprendere, e verso destra, cioè, verso il futuro, si proietta il font "Art of SOOL", quasi a voler sottolineare la rotta intrapresa dai ragazzi nel mare dell'arte.

M.A.T.W invece affonda

le radici dell'ispirazione dalla natura stessa e dalla primavera sotto le sue varie forme, per lui questa stagione equivale a passeggiare liberamente nei boschi, e lì, dov'è cresciuto, ritrovare quella fonte di energia antica da cui prendere spunto.

Nascono così due bizzarrissimi roditori, il primo in basso a sinistra, quello principale, porta in mano una matita/ghianda, e sembra quasi che stia parlando col ragazzo del videogioco, quasi a suggerirgli di smettere di perdersi in uno schermo

e di nutrirsi un po' di più d'arte, mentre il secondo, pieno di frecce, viene attratto dal funghetto/punta del faro, quasi a voler far intendere che nulla può ostacolarti dal raggiungere la tua meta.

Altri elementi compongono la scena, che sembra svolgersi all'interno di un bosco o di una foresta, dove il classico fumo o nuvole della SOOL amalgamano completamente tutti i personaggi.

Ovviamente non possono mancare elementi più grafici quali, logo e firma,

che seppur meno "artistici", restano perfettamente inseriti e adattati all'interno di questo allegro teatrino.

Per quanto riguarda la tecnica di realizzazione dell'opera invece, il collettivo svolge sempre tutto a mano come partenza, i tre si muovono a proprio agio sul foglio passandosi la bozza a vicenda, dove quindi ognuno crea ciò che meglio crede a matita.

L'INTERVISTA
PROSEGUE SU
vivicreativo.com



di accessori molto simpatici - baffi, pipe, sigari, capelli - che hanno reso queste foto davvero originali... o meglio, creative!

Abbiamo stampato le polaroid, le abbiamo accostate alle copertine realizzate in questi anni per il dunn magazine e abbiamo lanciato il contest #fotobrutta pubblicando le foto su facebook e chiedendo alla nostra community di dare il like alla loro preferita!

I **clienti** presenti all'evento, che fanno parte della nostra community online, **si sono divertiti molto a ritrovare la loro foto "brutta"** sulla nostra pagina facebook e non sono mancati "like" e "reaction" anche dagli altri utenti. I voti ricevuti ci hanno permesso di individuare per ogni settimana le 3 foto vincitrici che abbiamo pubblicato sul nostro profilo Instagram!

ALLA FINE DELLE TRE SETTIMANE SUL PODIO DEL NOSTRO "BRUTTISSIMO" CONTEST SONO SALITI:



I tre vincitori hanno ricevuto in premio una targa "brutta", rimanendo in tema con il contest.

Abbiamo visto cosa è un contest, l'importanza di utilizzarlo come strumento di engagement e il contest "fotobrutta" by dunn quindi non ci resta che dire... al prossimo contest!

LEGGI >
L'ARTICOLO
SU FACEBOOK



ETAM E CRU, ALCHIMIA E PERSONAGGI DA FAVOLA

Un uomo baffuto che sorreggia un caffè bollente dentro un cassonetto della spazzatura.

Il più grande murales di Roma realizzato tra Tor Pignattara e il Pigneto e firmato da **Etam Cru**, sigla che riunisce due personalità artistiche: Bezt e Sainer, due giovani polacchi tra i maggiori esponenti mondiali di street art che si ritrovarono insieme a studiare pittura, serigrafia, illustrazione e design grafico all'Accademia d'Arte di Lodz, in Polonia.

CIASCUNO CON CARATTERISTICHE FORTI E BEN DEFINITE, MA IN COSTANTE DIALOGO TRA LORO, DOPO AVER SQUARCIATO IL GRIGIORE URBANO DI MOLTE CITTÀ EUROPEE, SONO ARRIVATI CON I LORO RULLI ANCHE IN ITALIA A REGALARE UNO DEI LORO CAPOLAVORI SURREALI.

Il murales, inoltre, nasce come un'occasione per superare i recenti avvenimenti di cronaca che hanno coinvolto il quartiere, pertanto la scelta del luogo non è assolutamente casuale: *"Vogliamo che il quartiere venga attraversato da un flusso positivo. Gli episodi di cronaca ci hanno spinti a scegliere proprio questa zona, perchè nelle periferie romane la street art può rappresentare una nuova forma di aggregazione, una base per rilanciare*

un'idea multiculturalle di società sul presupposto della bellezza", ha spiegato la curatrice.

Ma perché proprio un uomo con una tazza di caffè? "Quando i ragazzi di Etam Cru sono arrivati a Roma tutti cercavano di offrirgli un caffè - ha detto

la Gargiulo - e questa cosa li ha molto colpiti a livello iconografico. Mentre la spazzatura rappresenta i luoghi comuni, tutto quello che non funziona nella società compreso anche il fatto che molta gente in Italia è costretta a vivere in strada".

I murales di enormi



dimensioni sono un marchio di fabbrica di Etam Cru, conosciuti per lo stile un po' pop, un po' espressionista, un po' surrealista.

Con colori particolarmente vivaci dal giallo al blu elettrico, scenari gotici e fantastici, richiami talvolta

all'onirico talvolta al sociale, personaggi fiabeschi e pose sempre in movimento, bizzarre situazioni in cui i soggetti si imbattono il duo polacco ha prima incantato l'Europa, poi è sbarcato addirittura negli Usa dove ha fatto furore con Moonshine, un disegno che rappresenta una

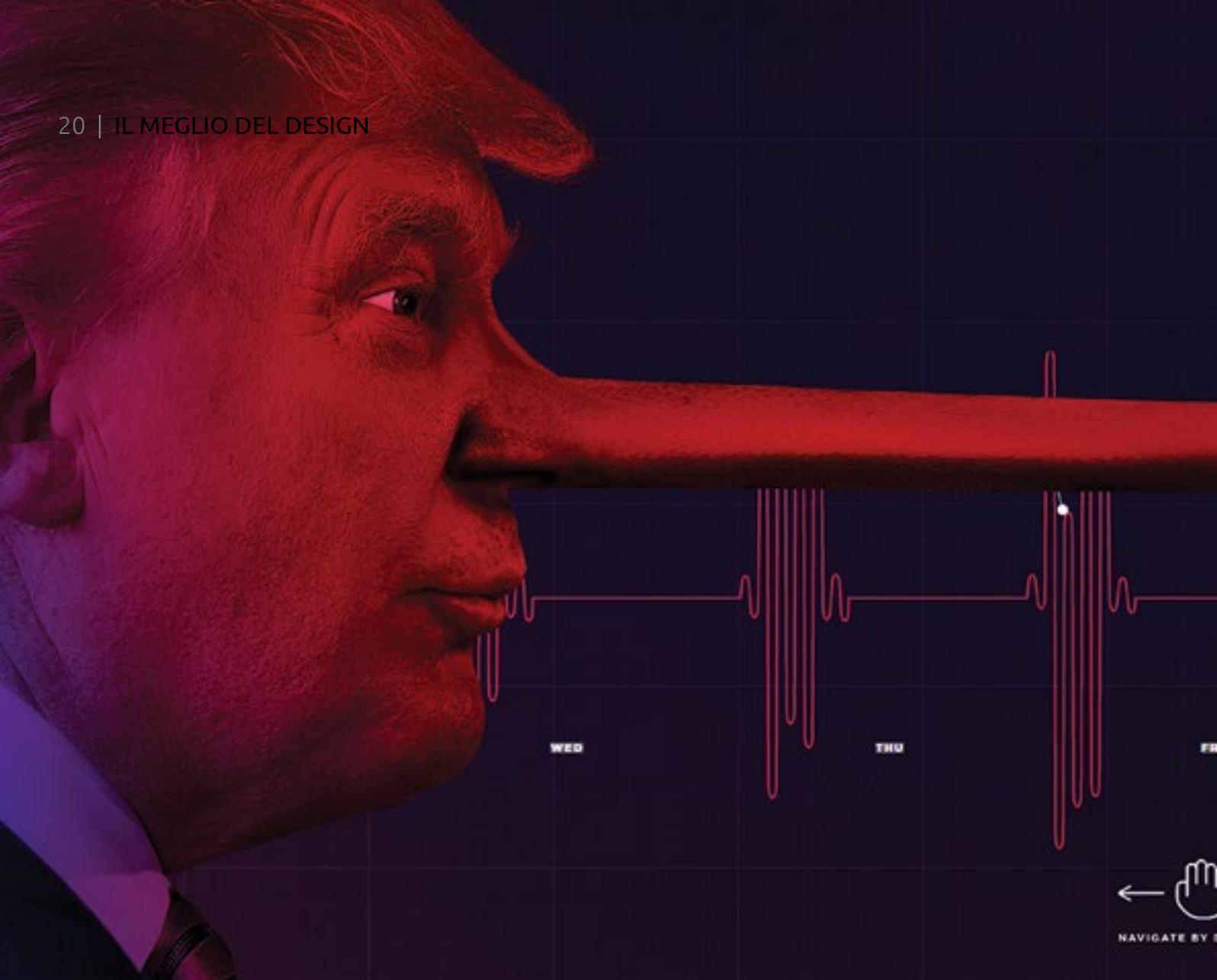
modella punk che "affoga" in un barattolo di fragole. Perfetta alchimia tra due entità ben distinte e allo stesso tempo intrecciate che usano le loro singole abilità, quasi fossero una sola, come strumento di riqualificazione urbana e sociale.

Entrambi laureati all'Accademia di Belle Arti di Lodz, oggi lavorano esprimendosi tra affreschi, tele e design.

CON IL LORO
MODO NAIF
QUESTO DUO
DI ARTISTI STA
ATTRAVERSANDO
IL MONDO

DEDICANO
PARTICOLARE ATTENZIONE
ALLE ILLUSTRAZIONI
DI PERSONAGGI FANTASIOSI





DA POLIGRAPH PIATTAFORMA DIGITALE E INTERATTIVA, UN BAROMETRO MISURA LE PROMESSE DEL PRESIDENTE DONALD TRUMP.

“Pensavo sarebbe stato più facile”, ha dichiarato lo stesso Donald Trump con disarmante candore in un’intervista

all’agenzia Reuters, riconoscendo le difficoltà di governare, già dopo i primi 100 giorni da Presidente degli Stati Uniti d’America. Solo pochi giorni fa, in un tweet, Trump aveva definito “ridicola” la soglia dei 100 giorni come barometro di una presidenza. È evidente, però, che le critiche gli bruciano. E che avrebbe

voluto fare di più. Ma si è dovuto scontrare con la grande differenza che c’è tra il dire e il fare. Una piattaforma digitale e interattiva nata da Poligraph (magazine vincitore di un premio Pulitzer) dal nome “Trump O Meter”, permette di comparare e misurare i dati di fatto di oggi con le promesse fatte dal President Trump durante



PERSINO I SIMPSON DI MATT GROENING HANNO CELEBRATO I PRIMI 100 GIORNI DA PRESIDENTE A MODO LORO

Come? Calcolando quanto tempo rimane alla fine del mandato e non prima di aver dipinto Trump come un inetto che dalla stanza da letto si trova ad elencare i traguardi raggiunti - tra i quali essere migliorato a golf e avere un maggior numero di follower su Twitter -, a chiedere un riassunto via tv di una legge studiata per abbassare le tasse ai soli repubblicani e a guardare la figlia Ivanka 'sfilare' come nuovo giudice della Corte Suprema.



EAT

SUN

APRIL
23RD 2017

MON

WEEK

EVITARE
LA POLITICA
QUANDO
CI SI OCCUPA DI
COMUNICAZIONE
È MOLTO
DIFFICILE

la sua campagna presidenziale del 2016. Soprattutto quando anche il mondo dei social è invaso quotidianamente da interventi, opinioni, articoli su una situazione che, bene o male, condiziona il futuro e gli equilibri mondiali, quindi anche il nostro. Esistono molteplici progetti sul web che si ispirano ai fatti politici

internazionali; tra gli ultimi in ordine di tempo, è il videogioco Jrump, creato da un team neozelandese, ispiratosi ad un'affermazione dello stesso Trump, il quale ha dichiarato che un muro ai confini nazionali sarebbe l'unico modo per salvare l'America.

Dodici settimane di lavoro e il gioco è ora disponibile come app iOS e Android.

Tra i sostenitori c'è chi sottolinea i risultati positivi, che Trump può vantare, ovvero sicuramente il ritorno forte degli Stati Uniti sulla scena internazionale.

Joel Rea

*ILLUSTRATORE E PITTORE,
ESPLORA IL RAPPORTO TRA L'UOMO
E LA SUA CONDIZIONE UMANA*

Joel Rea è un giovane pittore iperrealista australiano tra i più influenti del momento, in grado di trasmettere e condividere con un vasto pubblico la sua arte. Le sue opere di soggetti multipli e onde immense hanno una cura di dettagli maniacale e si inoltrano nei meandri delle emozioni umane.

Nato nel 1983 e laureato al Queensland College of Art, la sua arte di pittura a olio è presto diventata famosa in Australia e negli Stati Uniti.

Accolto immediatamente con grande fervore già nel 2004, anno in cui espose per la prima volta le sue tele in una galleria commerciale, spinto ad esplorare i significati più universali della condizione umana e del suo rapporto con le pulsazioni spesso violente e vigorose del nostro pianeta, lavora principalmente con colori ad olio che combina sulla tavolozza per realizzare **impressionanti lavori realistici, talmente eccezionali da sembrare, a priva vista, delle fotografie**. Classe 1983, Joel Rea, che si definisce un pittore surrealista contemporaneo, trae ispirazione dai suoi sogni, dai viaggi e da episodi di vita personale e artistica, dando vita ad atmosfere uniche e colori vividi che ci ricordano il grande Salvador Dalì.



JOELREA.COM.AU

Dopotutto non c'è da meravigliarsi: i suoi dipinti sono eccezionalmente curati e con un effetto tridimensionale che possono stupire anche il critico più esperto. Tanto che Joel Rea è stato dichiarato, nel 2013, "uno dei trenta artisti sotto i trent'anni ad aver rivoluzionato il mondo dell'arte".

Oltre ad aver partecipato a svariate esibizioni, Joel è arrivato in finale al *Sulman Prize* del Galles e al *Black Swan Portraiture Prize* che si è tenuto a Perth.

Il comun denominatore nei dipinti di Joel Rea è "iperrealismo", cioè quel tipo di pittura che si basa su un



Le sue opere trasmettono energia, scavando a fondo nella condizione umana e nelle relazioni sociali, per farci riflettere sulla limitatezza del genere umano davanti alla forza primordiale della natura. Talento e pazienza sono alla base del suo successo, così come la sua tecnica, talmente perfetta fa rendere la superficie delle tele liscia e satura di colori ed emozioni. Si dice che Joel abbia dedicato una volta 750 ore per realizzare una sola tela.



È SPETTACOLARE PERDERSI NELLA SUA ARTE CHE ESPLORA I SIGNIFICATI UNIVERSALI INTORNO ALLA CONDIZIONE UMANA ATTRAVERSO NARRAZIONI VISIVE METAFORICHE O, SEMPLICEMENTE, CRITICA IL PICCOLO UOMO CHE GIOCA A FARE IL GRANDE.



soggetto fotografico e sulla cura maniacale dei dettagli. Ogni quadro nasconde un sottofondo emozionale, perché racchiude una metafora sulla condizione o la paura dell'uomo, rispetto a uno scenario talvolta apocalittico. Sceglie come soggetti gli esseri umani (spesso autoritratti) e cani (in particolare, il suo boxer) alle prese con disastri

ambientali. Vi sono chiari riferimenti alla sua lotta personale per diventare un pittore professionista... una lunga ambizione di vita che molte volte è barcollata a causa delle imprevedibili turbolenze della gioventù, sino al conseguimento della maggiore età.

Le pubblicità indimenticabili di Morositas Fruit Joy Dietorelle

Se c'è una cosa che **gli anni '80** sono stati in grado di fare, veri e propri capiscuola di questa condotta oggi forse un po' trascurata, è l'essere riusciti a **lasciarci degli spot davvero indimenticabili**

È su questo leitmotiv, infatti, che la sofficissima e **liqueriziosa Morositas**, caramella-icona bruna, simbolo dell'epoca, ha giocato il contenuto dei suoi più famosi e riecheggiati commercial, per oltre dieci anni, con il suo **"Morbida la vita!"**

Protagonista dei medesimi la modella, attrice e cantante francese Cannelle, uno dei primi lato B femminili inquadrati nelle réclame televisive italiane.

Gli anni '80 ci hanno lasciato anche un'altra storica pubblicità delle caramelle, in questo caso ai gusti della frutta come, quelle della **Fruit Joy** dove un ragazzino è alle prese con un altissimo giocatore di basket che compie mirabolanti acrobazie con un pallone, e che lo sfida *"a succhiare una Fruit Joy senza masticarla"*. La sfida viene chiaramente vinta dal ragazzo sulla celeberrima canzone:

**"Alle morbide
Fruit Joy/tu
resistere non
puoi/devi devi
devi devi devi/
masticar!"**



Le gommose Fruit Joy vennero lanciate nel 1986 dalla ditta britannica Rowntree Mackintosh (il cui logo compare in alto alla fine dello spot), già creatrice dei famosi "Kit-Kat".

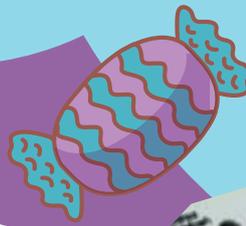
Oggi il successo delle Fruit Joy prosegue grazie alle iniziative social che confeziona per lei la Nestlé: con il suo **#Buonalavita** attivo sui social, dispensa consigli utili per mangiare cibi sani e mantenersi in forma.

Dietorelle poi come dimenticarle?

Tra le **prime caramelle alla frutta senza zucchero**, oggi dolcificate, in modo naturale, grazie all'estratto di stevia, ha da poco hanno festeggiato i 40 anni di vita, e la comunicazione in generale è sempre stata fresca, delicata, deliziosa, adatta a tutte le donne che vogliono tenersi in forma.

In occasione dell'anniversario sono state ideate in Limited Edition Le Pandorine, attraverso un concorso sui social e un packaging delicato delle caramelle.

Le morbide
caramelle,
dolci e
invitanti
per tutti noi



buonalavita.it



dietorelle.it

PILLOLE dixit dump

I riferimenti a cose, persone ed eventi non sono casuali. **Nessun cliente, collega o stagista è stato maltrattato per realizzare questi pizzini.**

PROBABILITÀ

Il cliente ha uno zio che ha un nipote che ha un cugino che ha un amico che, per un pacchetto di Marlboro, il sito lo fa gratis.

IPSE DIXIT

(Il cliente che lo sta facendo bene)
"Sulla pagina Facebook dell'azienda vorrei mettere le foto del compleanno di mia nonna, secondo me fa molto storytelling, che dici?"

PROBA

(Non aprire
"Salve, ho letto che vi oc
Dovrei fare de

IPSE DIXIT

- "Plata o Plomo"
- "Pablo Escobar?"
- "No, l'amministrazione."

IMPREVISTI

(Il cliente solerte)
"Ti ho mandato le risposte dell'intervista su whatsapp. Le ho scritte su un foglio e poi le ho fotografate per fare prima!"

PROBA

(Privilegi di un'Ager
Ha chiamato il consule
per qualsiasi cosa pu

PROBABILITÀ

(Il capo e la lungimiranza)
"Ci aspettano grandi cose per questo 2017, tipo enormi cetrioli."

IPSE DIXIT

(Il cliente e l'arte di procrastinare)
"Poi ti pago, che ora sto un po' impiccato!"

IMPRE

Quella v
"Mi puoi mandare la sch
gra

<p>IMPREVISTI</p> <hr/> <p>te, dopo una settimana di e, arriva il logo dal cliente. word.</p>	<p>PROBABILITÀ</p> <hr/> <p>Il grafico scrive "SI STAMPI" e il cliente legge "puoi apportare tutte le modifiche che vuoi, quando vuoi."</p>	<p>IPSE DIXIT</p> <hr/> <p>"Ah, poi fate come ve pare, gli artisti siete voi!"</p>
<p>PROBABILITÀ</p> <hr/> <p>quella porta)</p> <p>cupate di comunicazione. elle fotocopie!"</p>	<p>IMPREVISTI</p> <hr/> <p>Avete dimenticato di rinnovare il dominio di un cliente e ora il sito è andato giù. Fingetevi morti!</p>	<p>IMPREVISTI</p> <hr/> <p>"Mi scrivi na frasetta al volo, na cosa de du righe, che la metto sulla brochure"</p>
<p>PROBABILITÀ</p> <hr/> <p>anzia Google Partner)</p> <p>nte di Google, dice che oi cercare su Google.</p>	<p>IPSE DIXIT</p> <hr/> <p>(Disorientati)</p> <p>"Sei tu il ragazzo di internet con cui devo parlare?"</p>	<p>PROBABILITÀ</p> <hr/> <p>(Il cliente Umberto Smaila)</p> <p>"Mettiamo un visual con una donna in posa provocante, sai quanti click!"</p>
<p>IMPREVISTI</p> <hr/> <p>volta che nervata del sito via Fax, zie."</p>	<p>IPSE DIXIT</p> <hr/> <p>(Il cliente stakanovista)</p> <p>"Fatemi capire, voi il sabato e la domenica non lavorate?"</p>	<p>IMPREVISTI</p> <hr/> <p>Devi debuggare il link prima di uplodarlo, altrimenti crasha tutto! Chiaro, no?</p>

28 | PROSSIMO NUMERO

n°



parleremo di
KOBRA

MAGAZINE
dunp

PRIMAVERA 2017

NUMERO

16

PRIMAVERA
2017

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

SITO WEB

dunp.it

PER I CREATIVI

vivicreativo.com

PRIMAVERA 2017

Il portale dedicato ai professionisti e
alla stampa on Line dell'immagine coordinata



BIGLIETTI DA VISITA | CARTA INTESTATA | CARTELLINE | DEPLIANT
CARTOLINE | INVITI | CARTELLI VETRINA | LOCANDINE | VOLANTINI
SEGNALIBRO | QUADERNI | BLOCCHI CARTA CHIMICA | GRANDI FORMATI

Stampa di qualità su carte certificate
Progettazione e consulenza grafica
Spedizione in Italia e all'estero
Verifica file professionale
Assistenza clienti
Preventivi online
Area riservata

LA COMUNICAZIONE È IMPORTANTE E NOI DI BDPROFESSIONAL LO SAPPIAMO

Oltre alla stampa puoi affidarti al nostro team per dare vita
in modo professionale ai tuoi progetti grafici, realizzare il logo, l'immagine coordinata
e/o il sito web della tua attività



www.bdprofessional.it

Via Tiburtina 912 00156 Roma | 06 4320889 | info@bdprofessional.it



dnp.it

AGENZIA COOPERATIVA
DI COMUNICAZIONE

00156 ROMA - IT via g. rosaccio, 6 T +39 064066184 F +39 0641220142
info@dnp.it ufficiostampa@dnp.it

COPERTINA DI
ART OF SOUL

