

GIAN LUCA MASSIOTTA
SHOW & GROW
1985-2015

30 ANNI
DI
STAGE &
SHOW DESIGN

www.showandgrow.it

GIAN LUCA MASSIOTTA **SHOW & GROW** 1985-2015

Fondata nel 1985 a Milano da Gian Luca Massiotta, regista e scenografo con esperienze maturate in campo teatrale e pubblicitario, SHOW & GROW nasce come agenzia di comunicazione a supporto delle aziende, specializzandosi nello specifico ambito del cosiddetto "Industrial Theatre" o "Teatro d'Impresa", ovvero nella progettazione e spettacolarizzazione di Grandi Eventi. E' in questo particolare settore dello spettacolo che SHOW & GROW sviluppa la propria professionalità, coniugando le esperienze artistiche e scenotecniche, proprie del linguaggio teatrale e cinematografico, con le più avanzate tecnologie multimediali. In possesso di un know-how continuamente affinato nel tempo, SHOW & GROW si è proposta in questi anni come affidabile interlocutore in grado non solo di ideare e gestire gli allestimenti più complessi, ma anche di entrare nel merito dei contenuti, fornendo idee e soluzioni creative efficaci alla comunicazione ed una capillare assistenza al cliente, dal "concept" iniziale alla fase conclusiva di produzione e regia. In totale autonomia gestionale, piuttosto che in partnership con alcune delle principali agenzie del settore, SHOW & GROW ha ideato, prodotto e diretto innumerevoli manifestazioni istituzionali, motivazionali e promozionali a livello sia nazionale che internazionale. In queste pagine una sintesi dei principali lavori svolti in 30 anni di attività.

Tre sono le persone (non me ne vogliano le altre)
che più di tutte hanno contribuito alla mia crescita professionale
e senza le quali, probabilmente, ben poco avrei capito
di quella straordinaria fonte di energia
che è la passione nel proprio "mestiere":
ERMANNIO CERUTTI, valente architetto d'interni e maestro d'ironia,
per i preziosi consigli e il generoso aiuto in fase di avvio.
LUIGI BORDONI, top manager di alto profilo e raro esempio di rigore etico,
per il continuo richiamo ai particolari e la grande lezione di stile.
MAURIZIO NICHETTI, poeta della risata, geniale autore e regista
dall'inconfondibile originalità creativa, per tutto (ma proprio tutto) il resto.
A loro la mia tardiva ma sincera gratitudine
e il riconoscimento di un debito che mai potrò saldare.

Gian Luca Massiotta

Uno spettatore annoiato è perso per sempre.
Quello incantato dalla qualità di uno spettacolo
tornerà per perdersi ogni volta di più...
ma solo per ritrovarsi poi
più maturo e consapevole di prima.
Vi pare poco?

SOMMARIO

5	Spettacoli Teatrali
27	Collaborazioni Artistiche
39	Feste & Anniversari
51	Meeting & Congressi
75	Convegni & Simposi
87	Padiglioni internazionali
97	Esposizioni commerciali
111	Fuori Salone
123	Lanci di prodotto
135	Installazioni artistiche
147	Mostre & Presentazioni
159	Musei & Gallerie
169	Negozi & Ambientazioni
179	Moduli espositivi
189	Progetti grafici
203	Grafica 3D
217	Eventi speciali
229	Gare internazionali
243	Cultura & Tempo libero

Ringraziamenti

CONTENTS

<i>Theatre Shows</i>
<i>Live Show Partnerships</i>
<i>Celebrations</i>
<i>Conventions</i>
<i>Workshops</i>
<i>Expos</i>
<i>Trade Fairs</i>
<i>Happenings</i>
<i>Product Presentations</i>
<i>Art Performances</i>
<i>Exhibitions</i>
<i>Art Galleries</i>
<i>Showrooms</i>
<i>Display Design</i>
<i>Graphic Design</i>
<i>3D Computer Graphics</i>
<i>Special Events</i>
<i>International Competitions</i>
<i>Culture & Leisure</i>

Credits

1

SPETTACOLI TEATRALI

THEATRE SHOWS



LA SCENA NASCOSTA: UN'IDEA DI TEATRO

OGNI NUOVO ALLESTIMENTO, IN GENERALE, PONE LO SCENOGRFO DI FRONTE ALLA NECESSITÀ DI RISOLVERE UN DUPLICE PROBLEMA: DA UNA PARTE (LA PIÙ OVVIA) IDEARE UN IMPIANTO SCENICO FUNZIONALE, RIGOROSO E IL PIÙ POSSIBILE ORIGINALE; DALL'ALTRA (COSA BEN PIÙ DIFFICILE) RAGGIUNGERE UN EQUILIBRIO FORMALE TANTO OMOLOGO AL CONTESTO DRAMMATURGICO E ALLE SCELTE REGISTICHE DA FAR SÌ CHE GLI ELEMENTI SCENICI, ANZICHÉ PREVARICARE I CONTENUTI E IMPORSI ALL'ATTENZIONE DELLO SPETTATORE, TENDANO A STEMPERARSI FINO ADDIRITTURA A SCOMPARIRE, DIVENTANDO CON CIÒ LO SFONDO NATURALE, E PERCIÒ "INVISIBILE", DELL'AZIONE DRAMMATICA. QUESTO MODO DI CONCEPIRE LO SPAZIO SCENICO SFIORA SI PUÒ DIRE IL PARADOSSO SE APPLICATO ALLA FORMA ASTRATTA E QUASI ONIRICA DEL "TEATRO SU NERO", PER DEFINIZIONE IMPERNIATO E COSTRUITO PROPRIO SULLA FORZA DI UN LINGUAGGIO EMINENTEMENTE VISIVO.

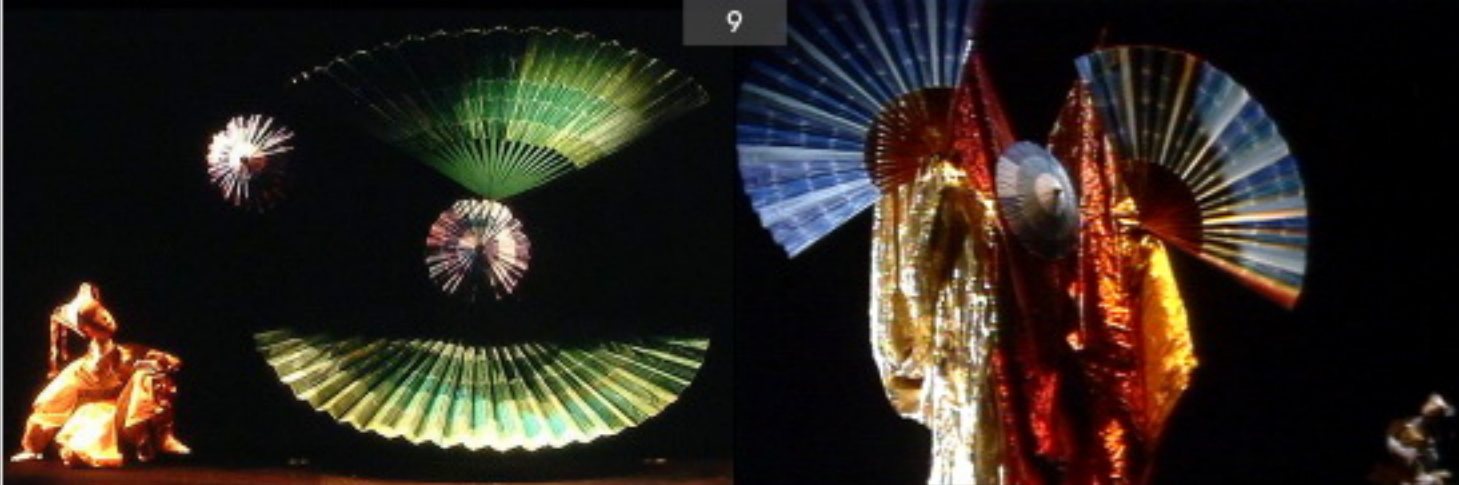
EPPURE, PARADOSSALMENTE APPUNTO, L'OPERAZIONE NECESSARIA PERCHÉ QUESTA PARTICOLARE E DIFFICILISSIMA FORMA DI TEATRO RISULTI, OLTRE CHE AFFASCINANTE, ARTISTICAMENTE CONVINCENTE È PROPRIO QUELLA DI SUPERARE IL PIANO PURAMENTE FORMALE E VISIVO, TRASFORMANDO GLI OGGETTI SCENICI IN VERI SOGGETTI NARRATIVI E DRAMMATICI, INSOMMA IN "ATTORI". SE NEL TEATRO DI PAROLA BISOGNA "CAPIRE" PER COMMUOVERSI, QUI ACCADE ESATTAMENTE IL CONTRARIO: OCCORRE CIOÈ APRIRSI ALL'INCANTO E ALLA FASCINAZIONE EMOTIVA PER AFFERRARE IL SENSO DELLE PAROLE NON DETTE. SOLO CON QUESTA DISPONIBILITÀ, DEL CUORE PRIMA CHE DELLA MENTE, È POSSIBILE PENETRARE I SEGRETI DEL "TEATRO SU NERO": LA MAGIA, L'ESSENZIALITÀ, MA SOPRATTUTTO IL RIGORE DI UN'ARTE (NON ANCORA SUFFICIENTEMENTE CAPITA, PRIMA ANCORA CHE APPREZZATA, IN ITALIA) CHE HA NELLA SINTESI E NELLA SUGGESTIONE POETICA LA SUA VERA FORZA ESPRESSIVA.

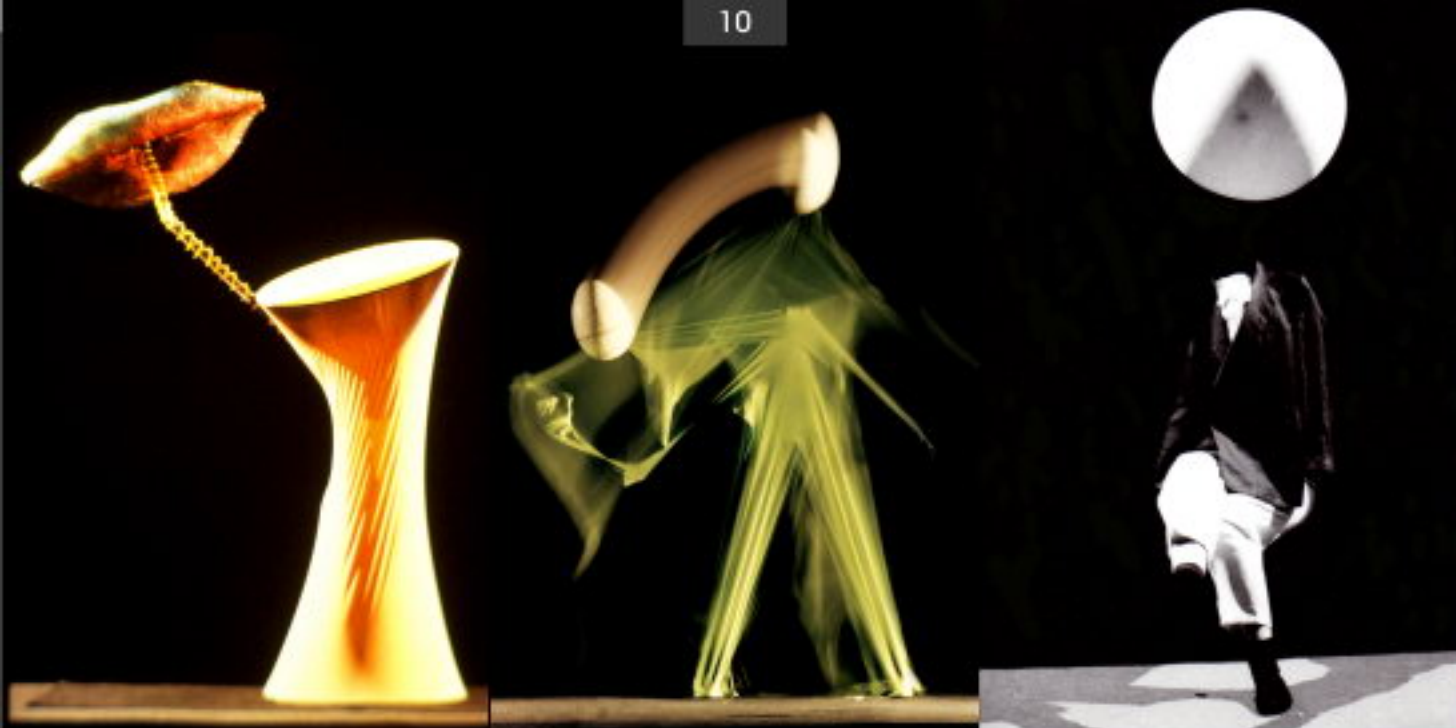


Fly Butterfly
Produzione Teatro del Buratto



Vincitore del Premio Biglietto d'Oro AGIS

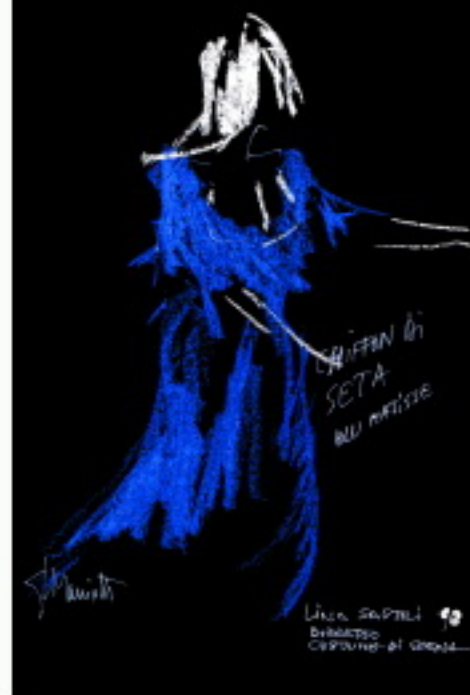
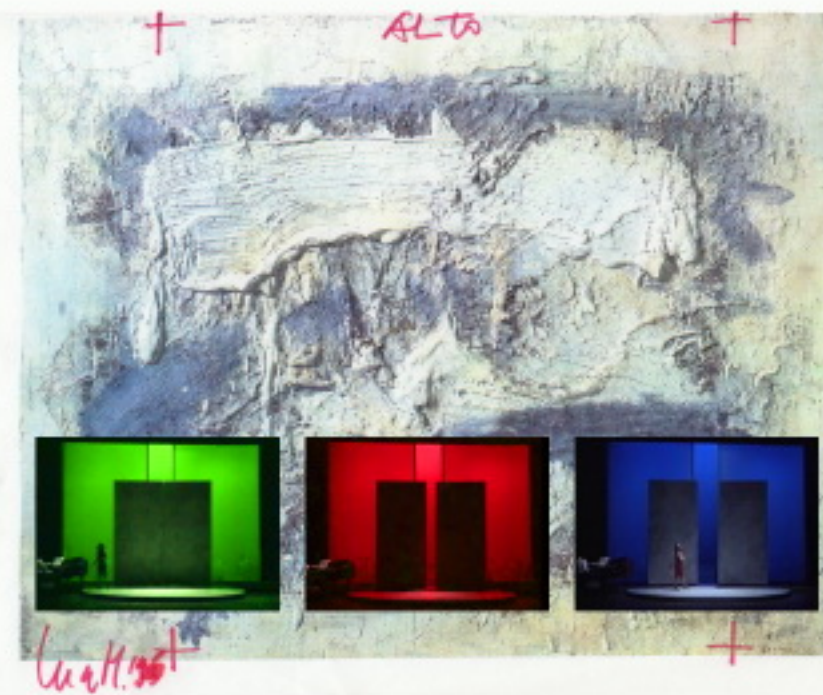
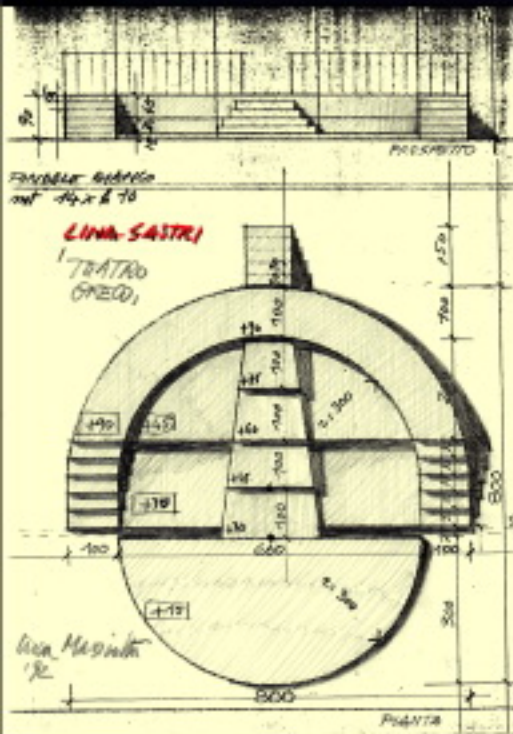




Pane Blu
Produzione Teatro del Buratto



Linarossa - Roma, Teatro Eliseo
con Lina Sastri

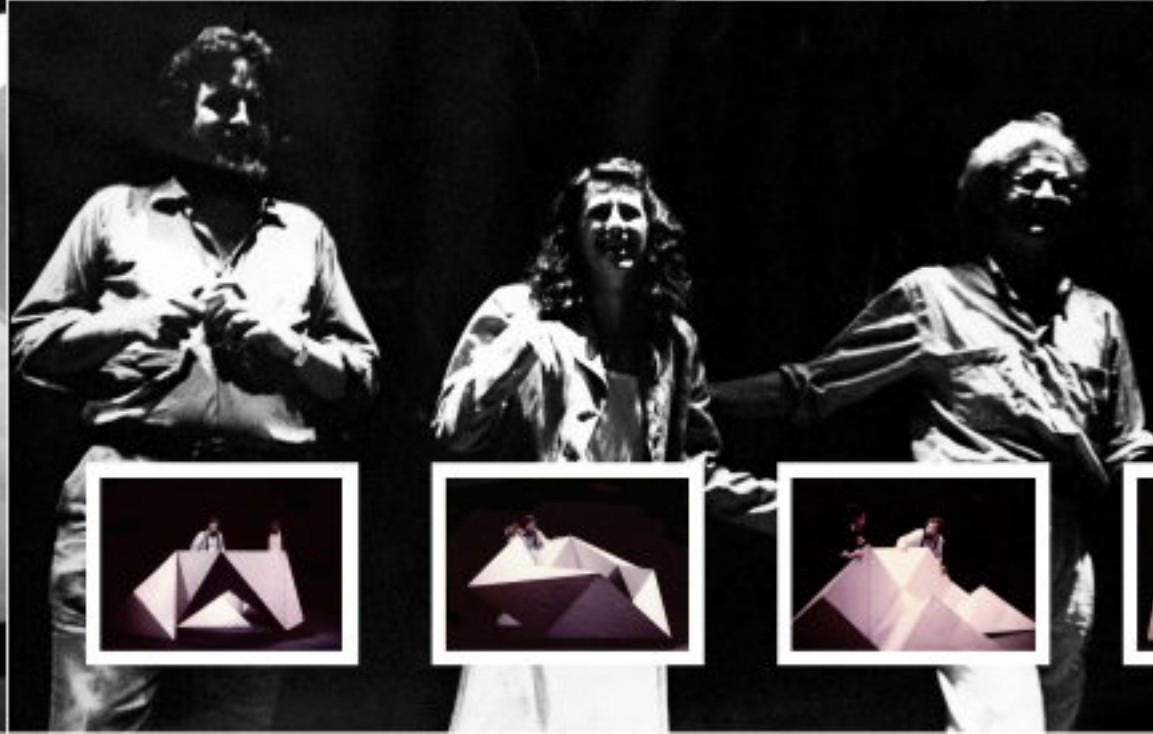




La stanza dei fiori di china
di G.C. Cabella, con Angela Finocchiaro

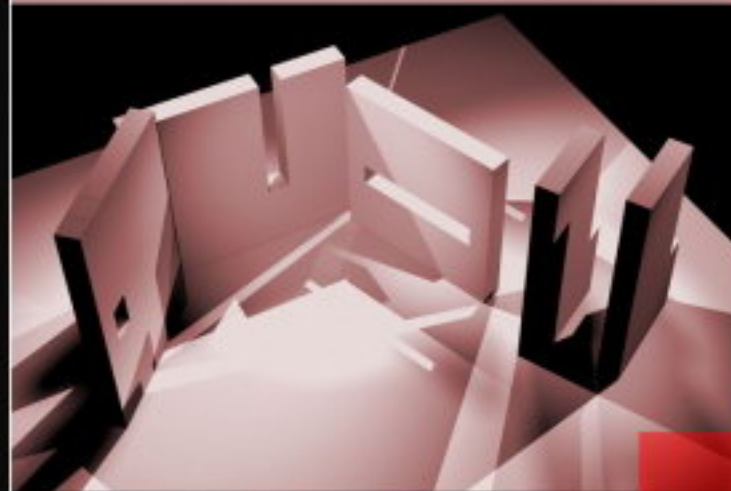
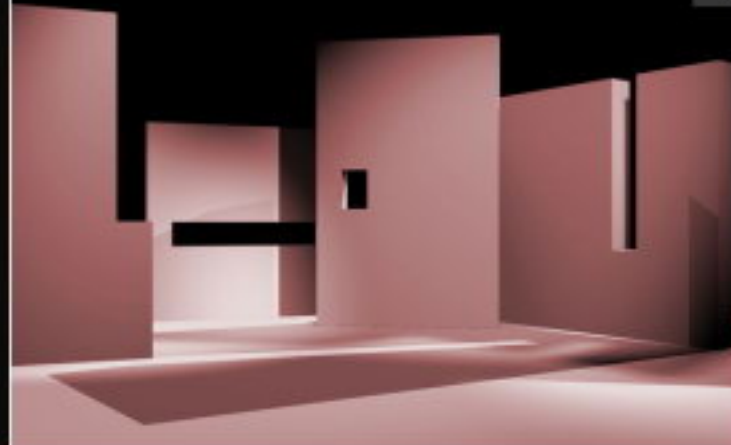
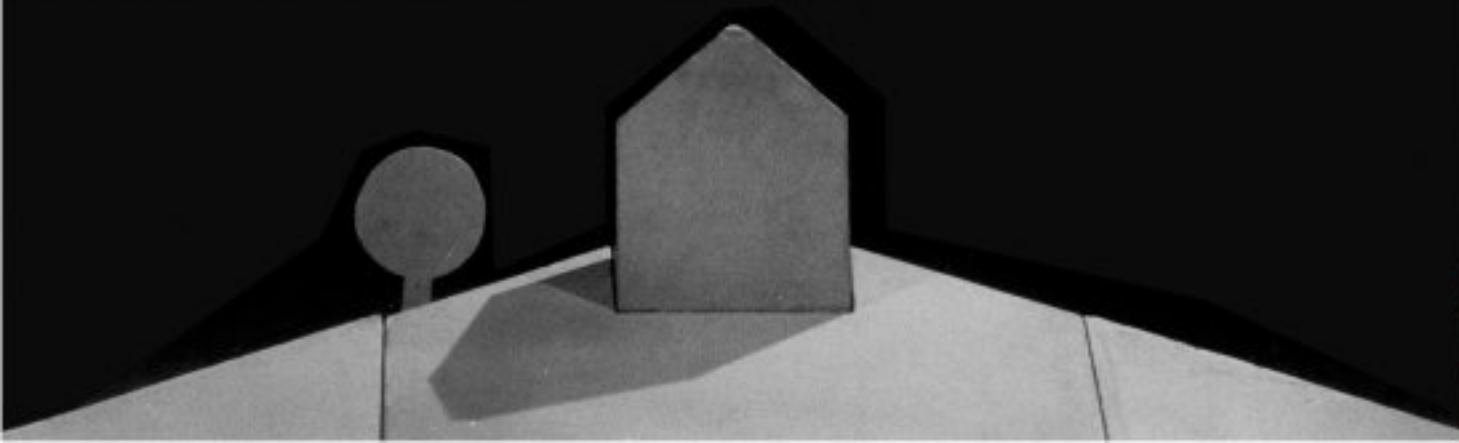


Anna, divenuta intelligente dopo un'operazione al cervello, tiene conferenze di ingegneria umana ricorrendo all'uso di "proiezioni" che illustrano fasi della sua vita da ritardata. L'effetto "proiezione" è risolto mediante un uso particolare delle luci e della scena: un tulle consente l'iniziale separazione tra le due dimensioni di Anna, quella di demente e quella di genio. Nello sviluppo del racconto, sostenuto da test nei quali Anna si trova a competere con un topo-cavia intorno ad un diabolico cubo rompicapo, le due dimensioni spazio-temporali si fondono in un unico percorso drammaturgico.

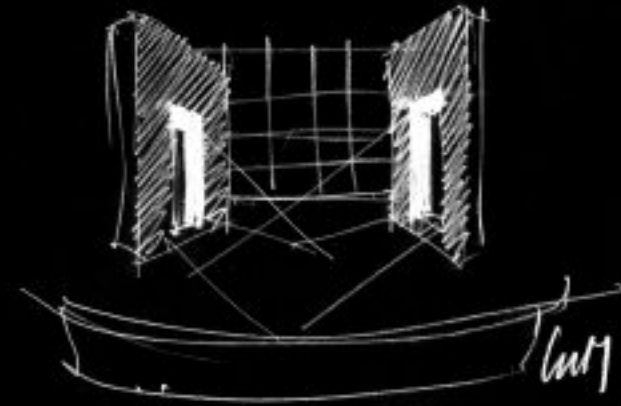




La Maison Frontière
di Slavomir Mrozek



Delirio a due
di Eugene Ionesco





18

19

A un passo dall'alba
Produzione Teatro del Buratto

Quello che il vento raccontò
da Hans Christian Andersen

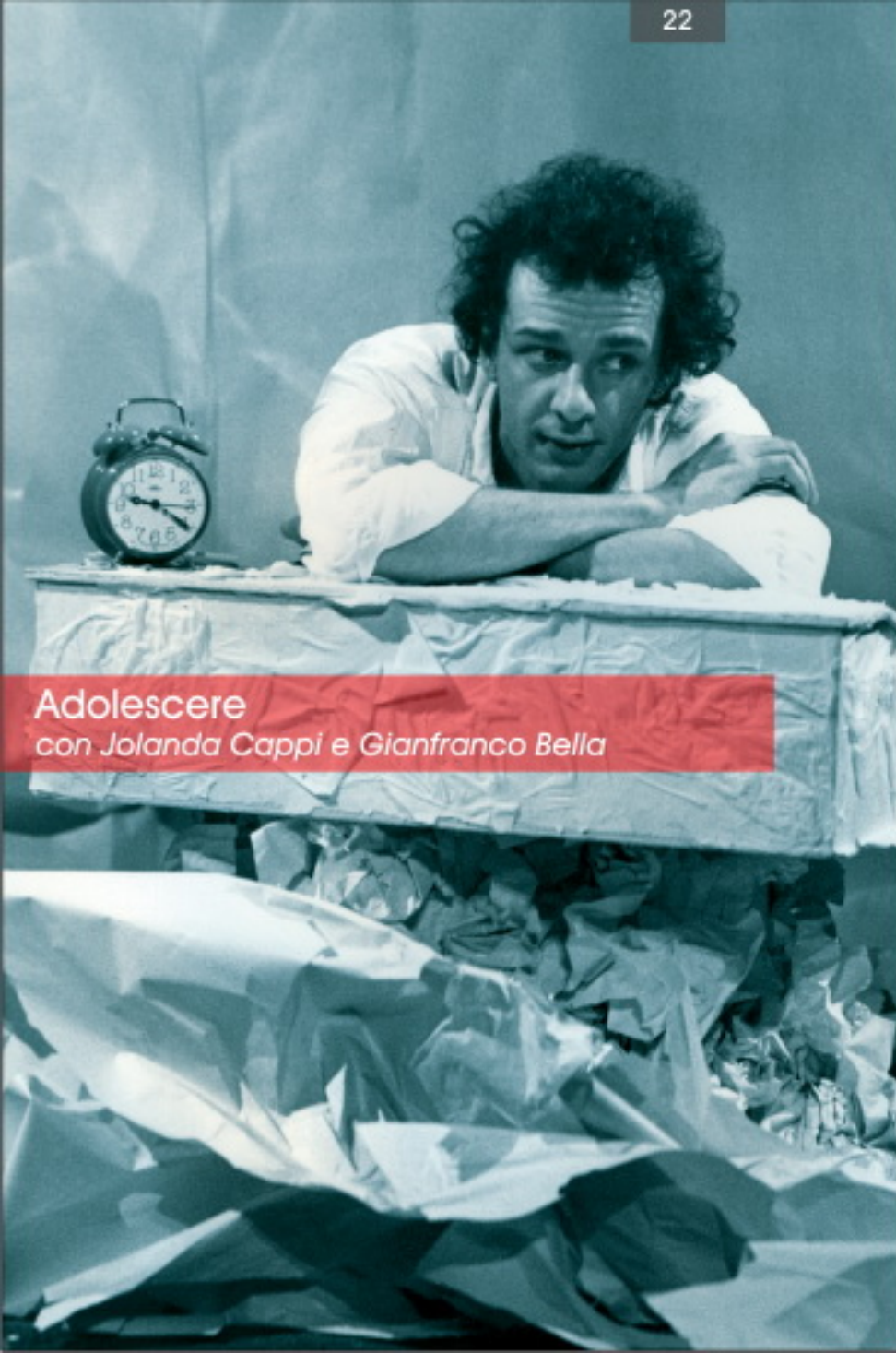


La Boutique Fantasque
Musiche di Rossini - Respighi



La Cacciatrice di sogni
di Rocco D'Onghia, con Jolanda Capi



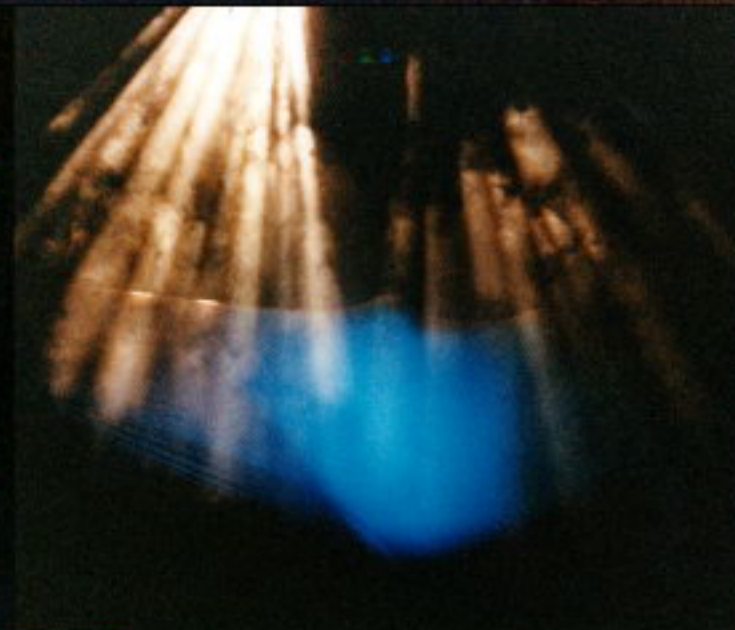
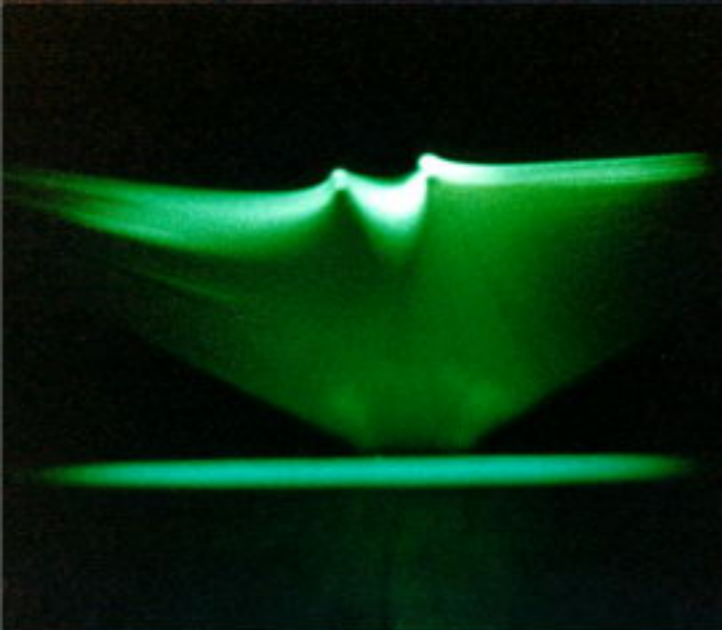


Adolescere
con Jolanda Cippi e Gianfranco Bella



Cenerentola
Musiche di Prokofiev





Il volo - esperimenti
Produzione Teatro del Buratto





2

COLLABORAZIONI ARTISTICHE

LIVE SHOW PARTNERSHIPS

TEATRO "D'IMPRESA": OSARE O NON OSARE?

CERTO. PER AVERE SUCCESSO A TEATRO È MOLTO IMPORTANTE CHE IL TESTO SIA BUONO, GLI INTERPRETI BRAVI, LA REGIA ATTENTA ED EFFICACE. MA SONO LA PARTECIPAZIONE E LA MOTIVAZIONE DELLO SPETTATORE, ATTRAVERSO UN SUO FORTE COINVOLGIMENTO EMOTIVO, A STRAPPARE VERAMENTE L'APPLAUSO. CIÒ VALE PER QUALSIASI TIPO DI SPETTACOLO INCLUSI QUELLI (COME LE CONVENTION AZIENDALI, I LANCI DI PRODOTTO, LE GRANDI INAUGURAZIONI) RITENUTI "IBRIDI" PERCHÉ ESTRANEI ALLA DIMENSIONE TEATRALE CLASSICA EPPURE TALMENTE CARICHI DI SIGNIFICATO E INTENSITÀ "SCENICA" DA CREARE NELLO SPETTATORE UNA ENORME ASPETTATIVA. TANTO CHE GLI INTERVENTI ARTISTICI, QUI POSSIBILI SOLO PER "FRAMMENTI" E NON NEL LORO INTERO SVILUPPO DRAMMATURGICO, DEVONO ESSERE PROPOSTI AD UN LIVELLO DI ASSOLUTA ECCELLENZA.

È SORPRENDENTE COME IN QUESTI CASI UN GESTO, UNA BATTUTA, UN PASSO DI DANZA, UNA NOTA, PURCHÉ ABBINATI AD UNA QUALITÀ INTERPRETATIVA DI PRIMORDINE, POSSONO INCANTARE E NELLO STESSO TEMPO FAR RIFLETTERE (E CAPIRE) MOLTO PIÙ DI TANTI DISCORSI UFFICIALI. IL SEGRETO È SEMPLICE: OCCORRE INSERIRE QUESTE "CONTAMINAZIONI" IN MODO COERENTE AI FINI DI UN RISULTATO OMOGENEO. UN INSIEME ORGANICO ED EQUILIBRATO DOVE MOMENTI "DI LAVORO" ED ELEMENTI "DI CONTORNO" (CONTENUTI E FORMA) CONVIVANO QUASI NATURALMENTE, DANDO AI PRIMI LA NECESSARIA SPETTACOLARITÀ ED EFFERVESCENZA E AI SECONDI L'ALTRETTANTO NECESSARIA PERTINENZA E CONGRUITÀ. CIÒ CHE POTREBBE APPARIRE PURO INTRATTENIMENTO DIVENTA ALLORA PERFETTO COMPENDIO ARTISTICO DALL'ENORME VALORE AGGIUNTO.

Un grazie di cuore a tutti gli artisti, qui di seguito solo parzialmente rappresentati, con i quali in questi anni è stato possibile collaborare. Il successo di tanti nostri progetti, che hanno sempre cercato nella componente artistica uno degli elementi fondanti, anzi imprescindibili, deve moltissimo al loro talento e alla loro professionalità.



30



Studio Festi
di Valerio Festi e Monica Maimone



Corona Teatro
Compagnia Roberto Corona



Desirée Dell'Amore
Arpa classica e celtica



Orchestra Verdi
Auditorium Cariplo Milano



Kataklò
Athletic Dance Theatre



34



35



Carmen Mota
Compañía de Danza - Madrid

ATMO
Piccolo Nuovo Teatro - Perugia



Scottish Chamber Orchestra

Orchestra Conservatorio di Milano
direttore M^{re} Marco Brunamonti



Pantakin
Venezia



MDA Danza
di Aurelio Gatti





Quartetto Euphoria
Firenze



Teatro Tascabile
Bergamo



Momix
di Moses Pendleton



Teatro del Buratto
Milano



3

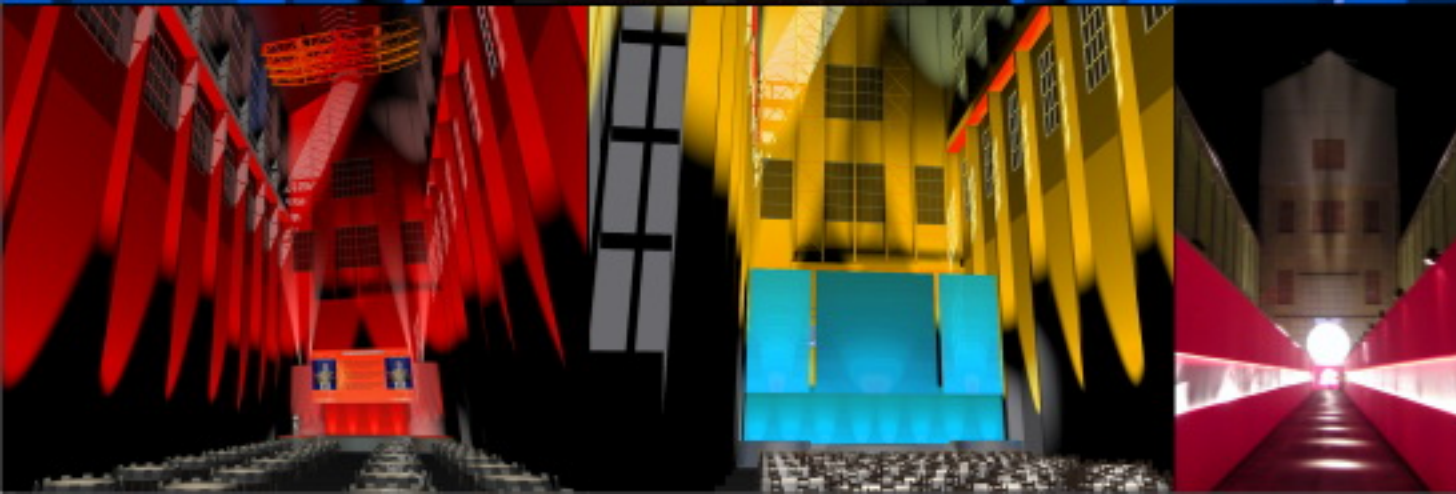
FESTE & ANNIVERSARI

CELEBRATIONS

LA FESTA COME RITO

FATTORE ESSENZIALE PER IL SUCCESSO DI OGNI MANIFESTAZIONE CELEBRATIVA È LA SUA CARICA EMOTIVA, DECLINABILE IN UNO O PIÙ MOMENTI SPETTACOLARI "FORTI" CHE SORPRENDANO E FACCIANO VIBRARE IL CUORE MA CHE, NELLO STESSO TEMPO, FUNGANO DA COLLANTE E DA AMPLIFICATORE INTORNO AL TEMA DELLA SERATA. PROPRIO DALL'INCONTRO TRA QUESTI DUE LIVELLI DI COMUNICAZIONE BEN DISTINTI MA NON OPPOSTI, ANZI COMPLEMENTARI, NASCE NELLA NOSTRA ESPERIENZA IL SUCCESSO DI OGNI GRANDE CELEBRAZIONE. ESISTONO MOMENTI NELLA VITA DI UNA COLLETTIVITÀ IN CUI LA CRONACA DIVENTA STORIA. "FOTOGRAMMI" DI FORTE TENSIONE EMOTIVA DA FISSARE PER SEMPRE NEL CUORE DI CIASCUNO. PAGINE UNICHE, IRRIPETIBILI, A TESTIMONIANZA DI UN TRAGUARDO STRAORDINARIO CHE ASSUME IN TALI OCCASIONI IL VALORE DI UNA SCOPERTA E INSIEME DI UNA CONQUISTA.

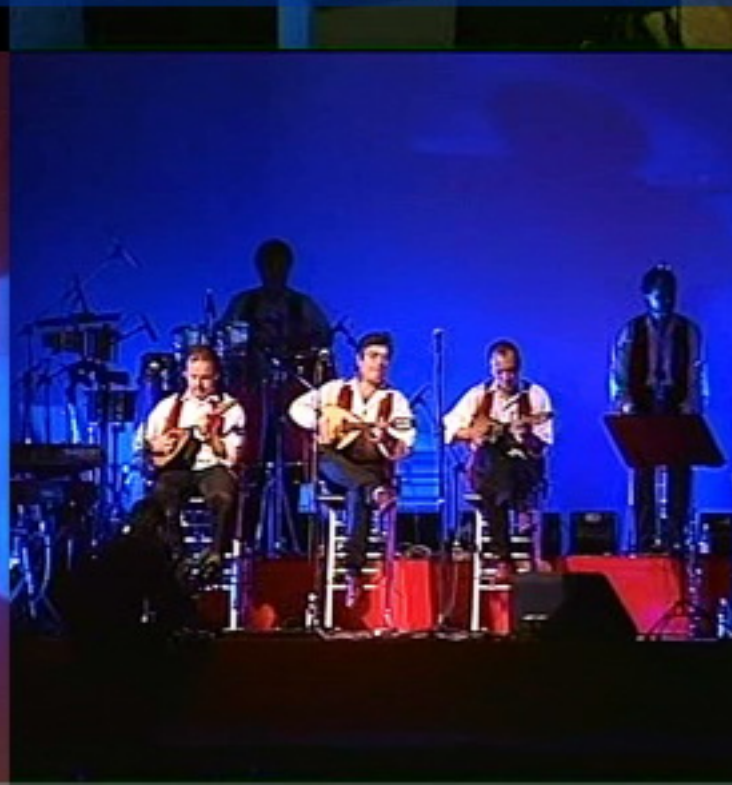
FESTEGGIARE UN ANNIVERSARIO, SPECIE SE IMPORTANTE, RAPPRESENTA QUALCOSA DI PIÙ DI UN AMBIZIOSO PUNTO D'ARRIVO. È L'OCCASIONE PER GUARDARSI ALLE SPALLE E RIPERCORRERE, UNA AD UNA, LE TAPPE DI UN SUCCESSO DI CUI ANDARE GIUSTAMENTE ORGOGLIOSI, MA È ANCHE IL MOMENTO PER CONDIVIDERE CON I PROPRI "COMPAGNI DI AVVENTURA" LA GIOIA DI UNA META RAGGIUNTA INSIEME. SIGNIFICA VIVERE, PER UN GIORNO, L'EMOZIONANTE VIAGGIO NEL PROPRIO IMMAGINARIO DI SFIDE, ALLA RICERCA DI QUELLA MEMORIA COLLETTIVA CHE HA RESO POSSIBILE, CON IL CONTRIBUTO DI TUTTI, UN IMPORTANTE PERCORSO DI CRESCITA. ECCO IL SENSO DI OGNI VERA FESTA, DI OGNI ANNIVERSARIO: CREARE QUALCOSA CHE RESTI, AL DI LÀ DEI FESTEGGIAMENTI E DELLA COMMOZIONE, DELLO STUPORE E DELLA SUGGERZIONE, COME SEGNO INCANCELLABILE DI UNA MERAVIGLIOSA ESPERIENZA, QUELLA DI ESSERNE STATI TUTTI INSIEME, CIASCUNO PER LA SUA PARTE, AUTENTICI PROTAGONISTI.

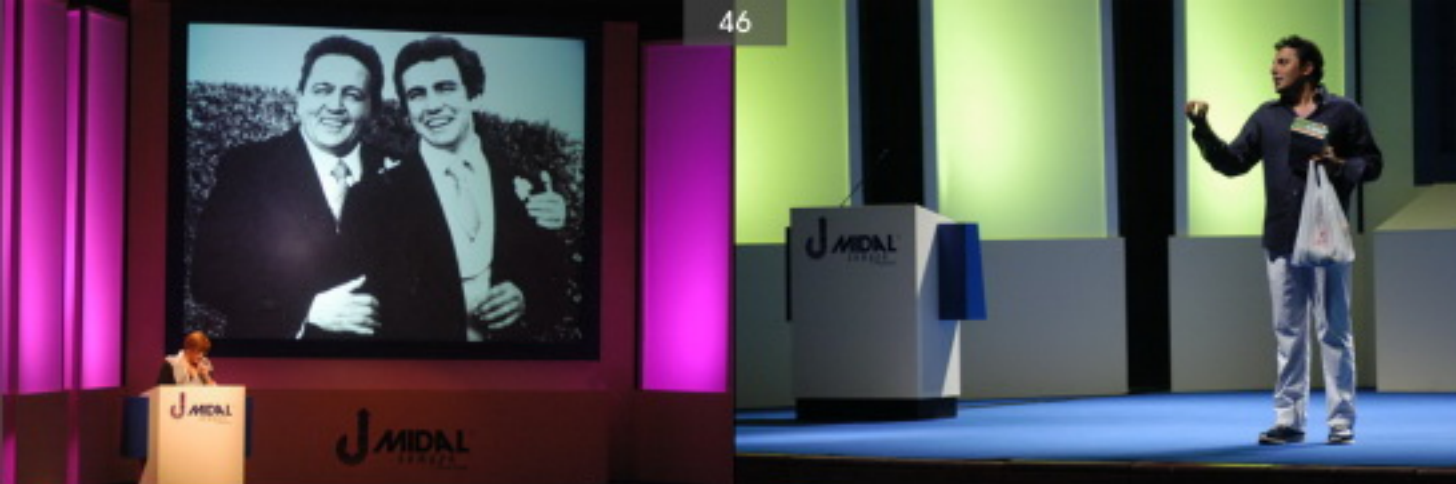




100 Anni GOODYEAR
 Agenzia Much More Partners

40 Anni Selex
 Centro Congressi Fiera Milano





40 Anni Midal
Latina, Teatro Comunale



100 Anni Banco Desio
Agenzia A&S con GP Produzioni

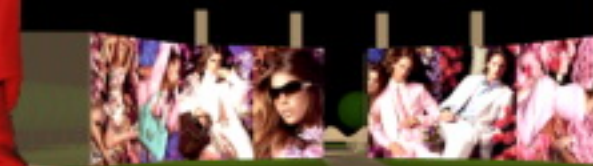




50 Anni Opera San Francesco
Milano, Chiostro di Viale Piave



Uno dei miti del "made in Italy" riconosciuti nel mondo ha pensato di regalare a Roma, sua città di elezione, una festa del tutto speciale dedicata ai suoi 40 anni di carriera. Un appuntamento con la storia stessa del gusto, dello stile, del glamour di stampo italiano in una città riconosciuta come culla incontrastata della bellezza e dell'eccellenza artistica. Che taglio dare all'allestimento di una tale celebrazione? In quale location? La scelta di progetto è caduta sul Circo Massimo, sia per le dimensioni che per il valore storico e artistico del sito. Uno spazio nato con una vocazione esplicita per lo spettacolo, ai piedi della residenza dell'Imperatore! Quale teatro migliore per celebrare, attraverso le mirabolanti acrobazie aeree, le poetiche apparizioni danzate, le suggestioni pirotecniche create dalla fantasia colta e raffinata dello Studio Festi, la vita artistica dell'inimitabile stilista?



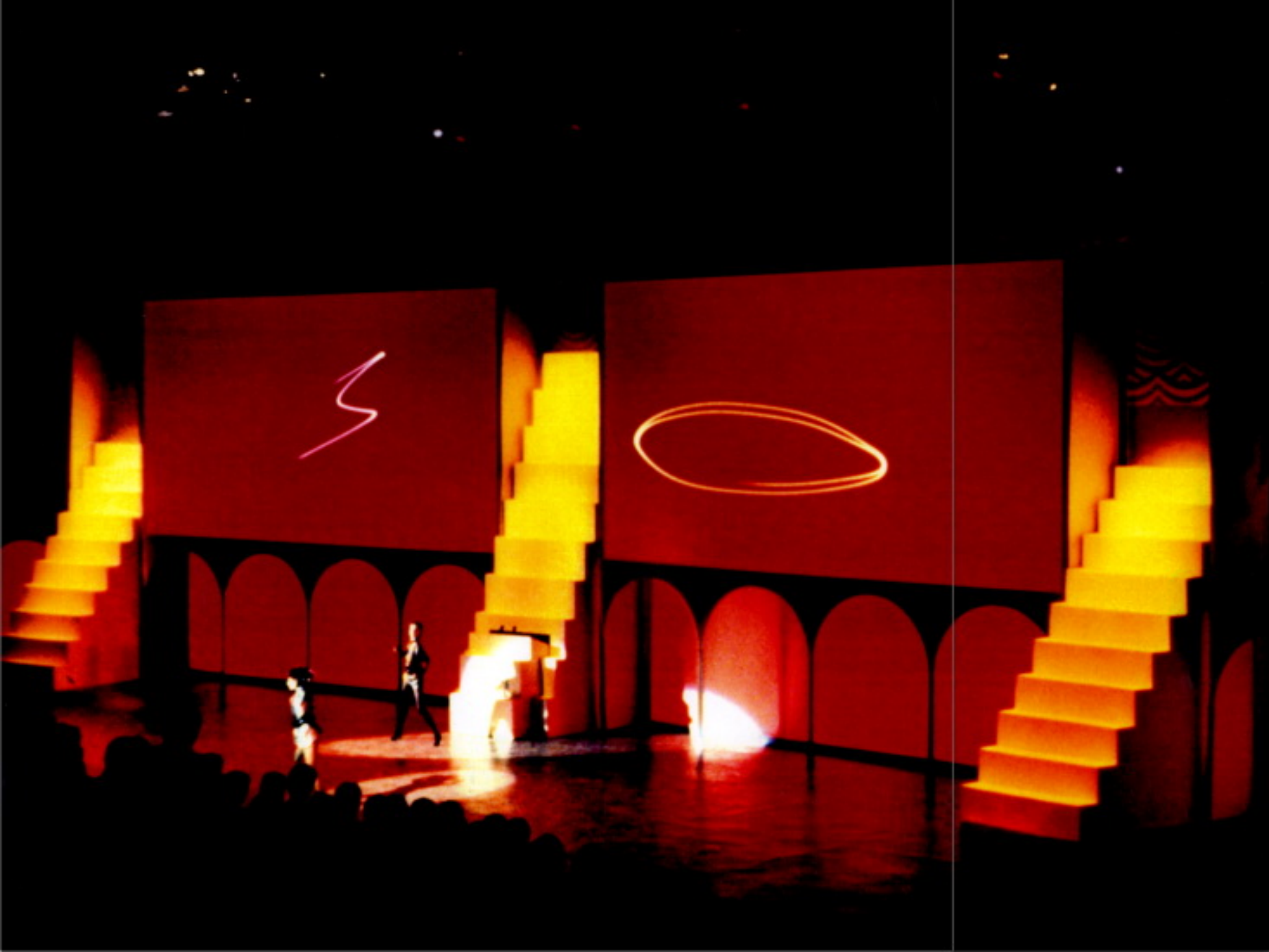
40 Anni Valentino
Con Studio Festi



4

MEETING & CONGRESSI

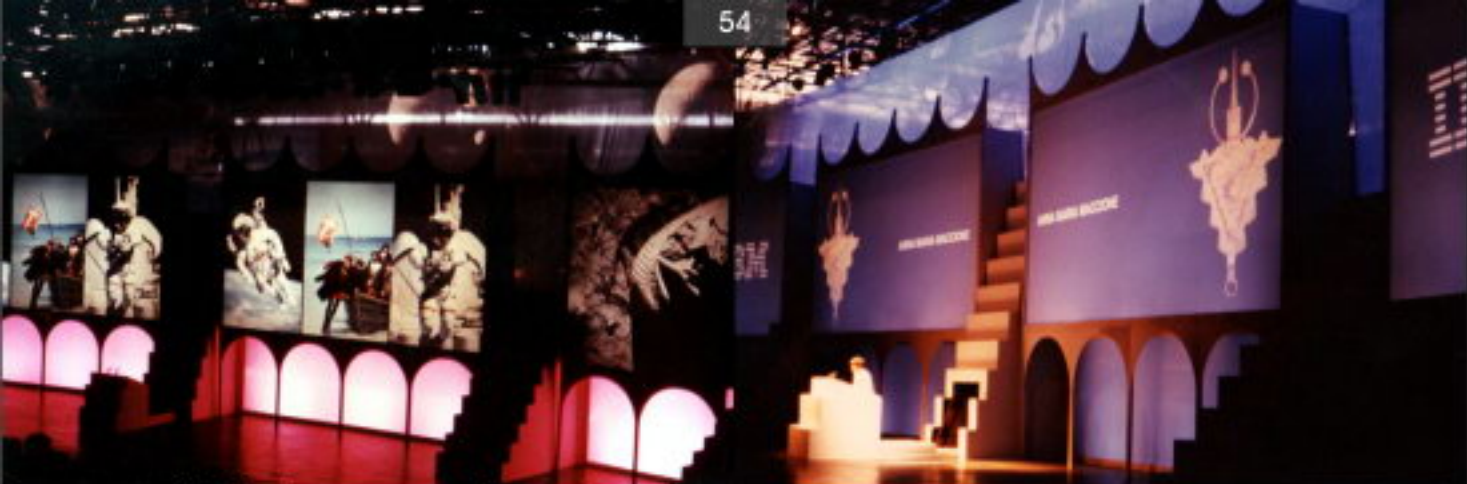
CONVENTIONS



PER UN'ETICA DELLA COMUNICAZIONE

LA CURA E IL RAFFORZAMENTO DELL'IMMAGINE, SI SA, SONO DIVENTATI PER L'AZIENDA DI MARCA ELEMENTI IRRINUNCIABILI DELLA PROPRIA STRATEGIA DI MARKETING. CIÒ CON BUONA PACE DI QUEI PRAGMATISTI DELL'ULTIMA ORA CHE TANTO CLAMORE STANNO SOLLEVANDO SULLA FINE (ORMAI DECRETATA) DELLA COMUNICAZIONE. ESISTONO INTORNO A NOI ESEMPI MOLTO ILLUSTRI DI MARCHI PIÙ CHE BLASONATI I QUALI, DOPO UNO SCIAGURATO PERIODO DI DISATTENZIONE NEI CONFRONTI DEL PROPRIO "MAQUILLAGE" (NON SOLO ESTERIORE, ATTENZIONE!, MA ANCHE "INTERIORE") STANNO DISPERATAMENTE CERCANDO, DIO SA CON QUALE FATICA, DI RISALIRE LA CHINA... OGGI, INFATTI, NESSUNA AZIENDA SI PUÒ PIÙ PERMETTERE DI TRASCURARE LA NATURA E L'EFFICACIA DEI MESSAGGI ATTRAVERSO I QUALI DARE CORPO, SE NON ADDIRITTURA ANIMA, ALLA PROPRIA VISIBILITÀ. CERTO, ALCUNE COSE SONO CAMBIATE. OGGI STIAMO ASSISTENDO AD UN RIPOSIZIONAMENTO DELLE PRIORITÀ E AD UN RECUPERO DI "VALORI".

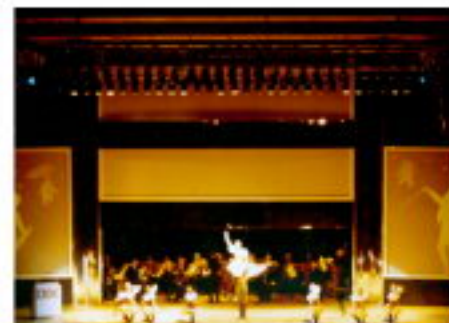
DA UN PIANO DI PURA ESTERIORITÀ, CHE SI ESAURIVA IN UNA PUBBLICITÀ ACCATTIVANTE E IN ROBOANTI DICHIARAZIONI DI INTENTI (I FAMOSI "SLOGAN"), SI È PASSATI FINALMENTE AD UN LIVELLO DI MAGGIORE CONCRETEZZA. CONTA COME SI È, QUELLO CHE SI FA, QUANTO SI È RICONOSCIUTI E APPREZZATI IN TERMINI PRIMA DI TUTTO DI CREDIBILITÀ. L'AZIENDA MODERNA È CHIAMATA SEMPRE PIÙ A DIFFERENZIARE, OTTIMIZZANDOLI, I PROPRI INVESTIMENTI IN AUTOPROMOZIONE. PIÙ DEI RICCHI VIAGGI INCENTIVE E DELLE DISPENDIOSE MEGAConvention, LA REALIZZAZIONE DI MANIFESTAZIONI "AD HOC" OPPORTUNAMENTE CALIBRATE DIVENTA L'OCCASIONE MIGLIORE, E PERCIÒ NECESSARIA, PER TRASMETTERE O RIBADIRE QUALCOSA DI FONDAMENTALE: IL PROPRIO "PENSIERO" COLLETTIVO, INSOMMA IL PROPRIO MODO DI SENTIRSI VERAMENTE UNA "SQUADRA". DOVE I VALORI NON STANNO SOLO NEL PRODOTTO MA ANCHE, E FORSE SOPRATTUTTO, NELLE PROPRIE RISORSE UMANE, TANTO PIÙ MOTIVATE QUANTO PIÙ CONSAPEVOLI (E ORGOGLIOSE) DELL'IMPORTANZA DEL PROPRIO RUOLO.



IBM Italia - Marrakech
regia di Maurizio Nichetti



IBM Italia - Edimburgo



IBM Italia - Vienna



IBM Italia - Copenhagen

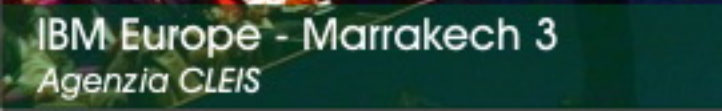
56



57



IBM Italia - Siviglia
Centro Congressi

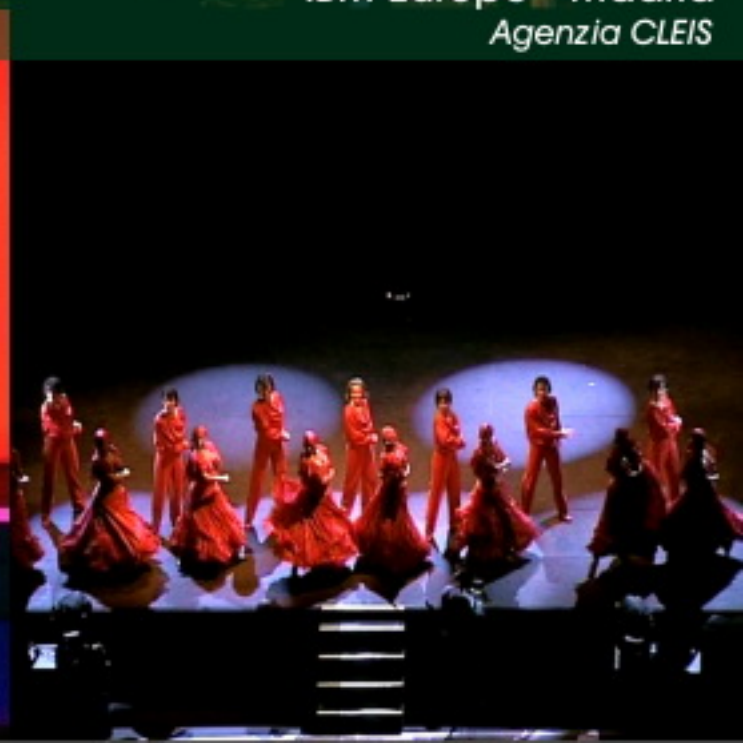


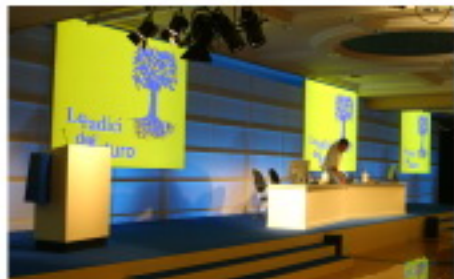


IBM Europe - Lisbona
Agenzia CLEIS



IBM Europe - Madrid
Agenzia CLEIS





Baveno



Rimini



Montecarlo 2



Roma 1

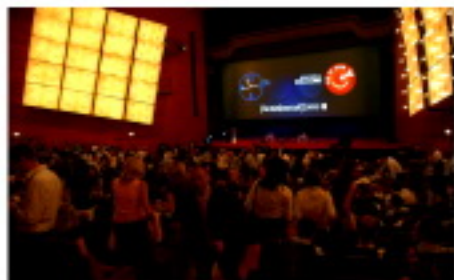
PricewaterhouseCoopers - varie sedi



Montecarlo 1



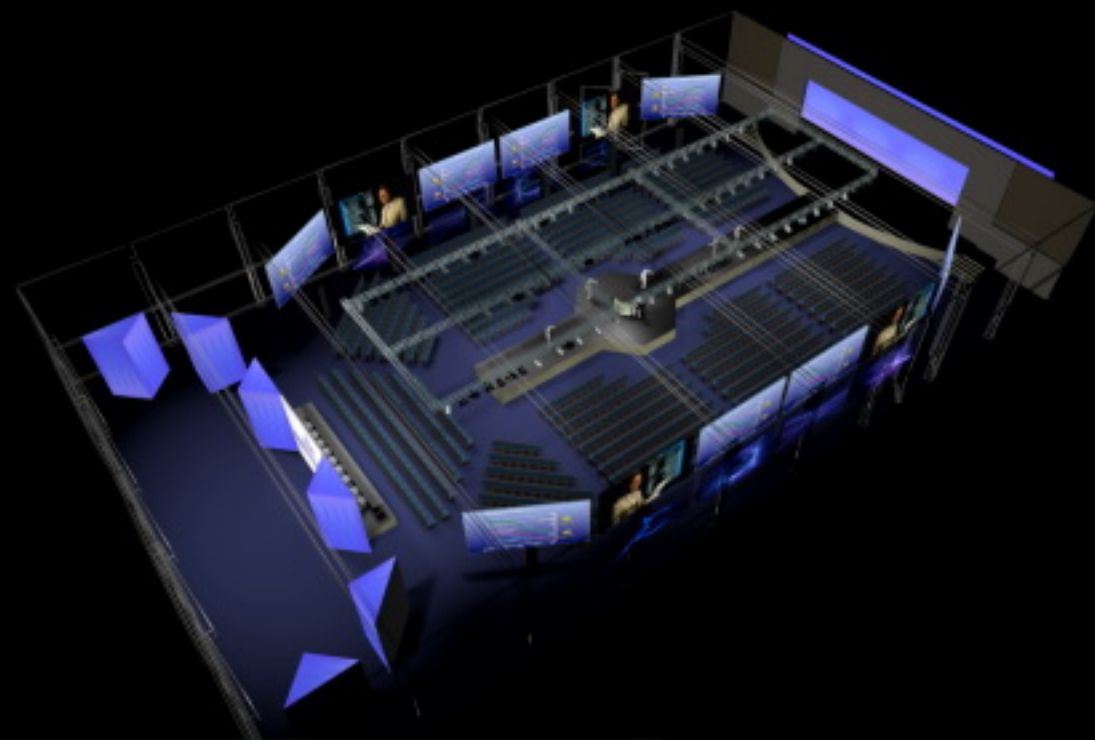
Roma 2



Milano



Roma 3



Astrazeneca Santo Domingo
Agenzia Chrysalis



Astrazeneca Tenerife
Agenzia Chrysalis



Astrazeneca Il Cairo
Agenzia Chrysalis

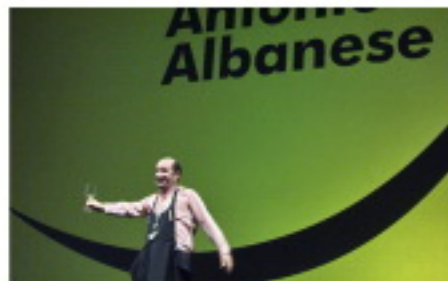




Milano - Teatro Cialak



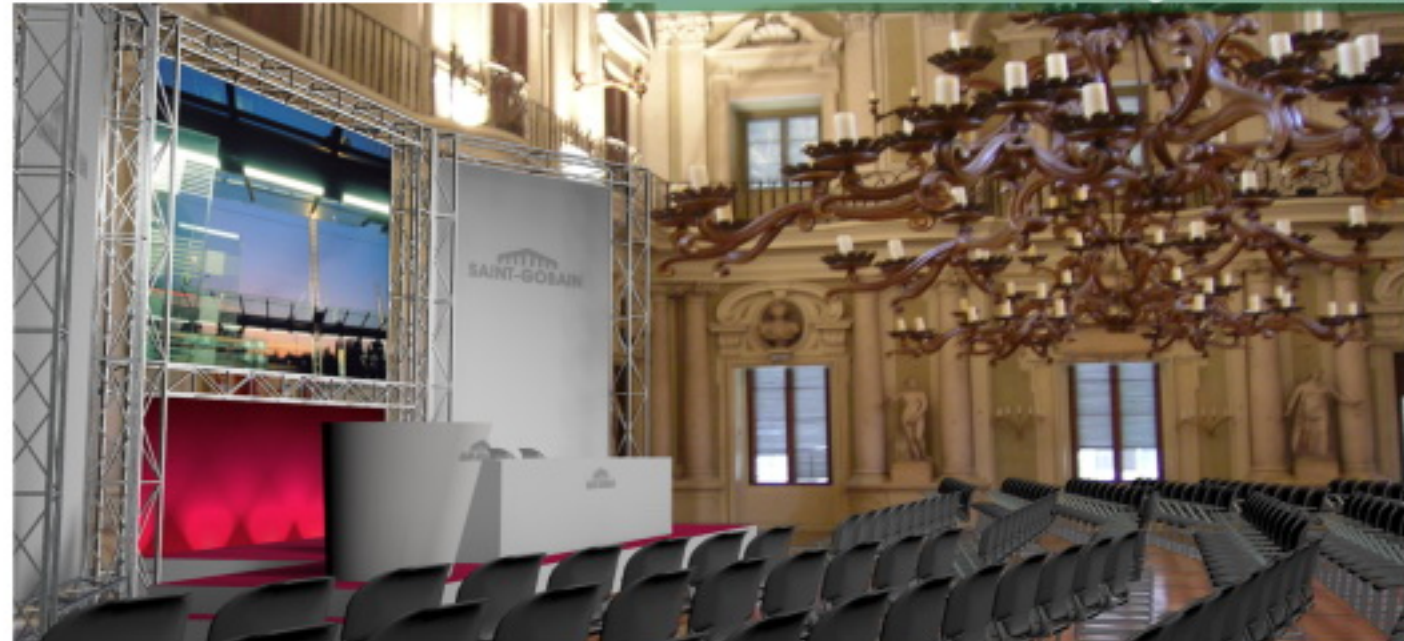
Banca Popolare di Milano
Agenzia Much More Partners



Roma - Teatro Capranica



Saint Gobain - Firenze, Palazzo Corsini
Agenzia Westland





STMicroelectronics - Nizza
Agenzia CLEIS



STMicroelectronics - Marrakech
Produzione Euphon





SAINT-GOBAIN
INSULATION

ISOVER



Isover - Saint Gobain
Agenzia Much More Partners



CAPITALIA - America's Cup
Agenzia Micromegas

5

CONVEGNI &
SIMPOSI
WORKSHOPS



MARKETING DEL FUTURO, FUTURO DEL MARKETING: QUALI DESTINI?

DA QUANDO I GRANDI "GURU" PLANETARI DELLE PREVISIONI MACROECONOMICHE, I COSIDDETTI "FUTUROLOGI", HANNO COMINCIATO A PERDERE COLPI, È SORTO IL PROBLEMA DI COME PARLARE CREDIBILMENTE DI FUTURO MANTENENDO ALTI LA CURIOSITÀ E L'INTERESSE DELLA GENTE. ANCHE TRA SPECIALISTI (COME NEL CASO DEL SIMPOSIO INTERNAZIONALE SU "IL MARKETING DEL FUTURO" ORGANIZZATO DA CENTROMARCA) IL TEMA ERA INIZIALMENTE GUARDATO CON SOSPETTO, SE NON ADDIRITTURA CON TIMORE. QUESTO SIA DAGLI INDUSTRIALI CHE DAGLI ANALISTI. CHE FARE? ANCORA UNA VOLTA CI SI È ISPIRATI AL TEATRO E ALLA SUA MAGIA: *"PAST IS PROLOGUE"* SCRIVEVA SHAKESPEARE (CON CIÒ INDICANDO LA STRADA...) OVVERO: *"GUARDATI INDIETRO PER SAPERE COME ANDARE AVANTI"*. ED ECCO L'IDEA: SELEZIONARE ALCUNI BRANI SUL FUTURO, TRATTI DALLE OPERE DEI PIÙ FAMOSI LETTERATI E POETI DEL PASSATO, E FARLI LEGGERE DA UN ATTORE MENTRE ALLE SUE SPALLE SCORRONO IMMAGINI DI CRONACA E DI COSTUME ATTUALI.

L'ACCOSTAMENTO, A TRATTI SPIAZZANTE, VIENE SOTTOLINEATO DA EFFETTI LUMINOSI DI GRANDE PRESA VISIVA CHE FANNO DA ACCOMPAGNAMENTO ALLA LETTURA, IN UNA SORTA DI VIAGGIO IMMAGINARIO FUORI DAL TEMPO E DALLO SPAZIO. PICCOLI INCANTAMENTI, VOLI, SUGGERZIONI: COSÌ LA FASCINAZIONE SCENICA SOTTOLINEA, ENFATIZZANDOLA, LA FORTE CARICA EVOCATIVA DEI TESTI (PERCHÉ SI TRATTA, BENINTESO, DI TESTI MOLTO PARTICOLARI...). ECHI E FRAMMENTI DI INTUZIONI STRAORDINARIE TRATTE DA PLUTARCO, OVIDIO, ERASMO, SHAKESPEARE, BACON... PER RICORDARCI COME COSE SCRITTE SECOLI FA POSSONO ESSERE, ANCORA OGGI, DI SCONVOLGENTE ATTUALITÀ. QUALCOSA DI MOLTO VICINO AL NOSTRO BISOGNO DI SOGNARE... PAROLE SORPRENDENTI DI UOMINI CHE HANNO VOLUTO E SAPUTO INTERPRETARE (IMMAGINANDOLO, PREFIGURANDOLO, ANTICIPANDOLO) IL LORO E IL NOSTRO FUTURO. UNA GRANDE LEZIONE DI VITA... E UNA BELLA INIEZIONE DI UMILTÀ!



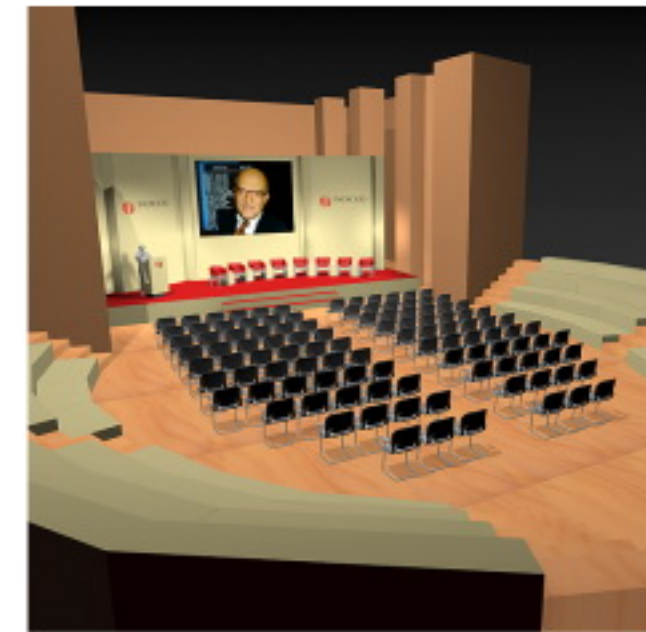
INDICOD
Piccolo Teatro di Milano



Firenze



Roma



Piccolo Teatro Studio



Verona



Centromarca - Il marketing del futuro

Teatro Manzoni Milano



INDICAM

Museo della Scienza e della Tecnica

INDICAM
INTELLIGENT DESIGN INNOVATION CENTER
ASSOCIAZIONE ITALIANA DI INNOVATION DESIGN

"PROTEZIONE DEI MODELLI E DEL DESIGN:
A CHE PUNTO SIAMO?"

INDICAM



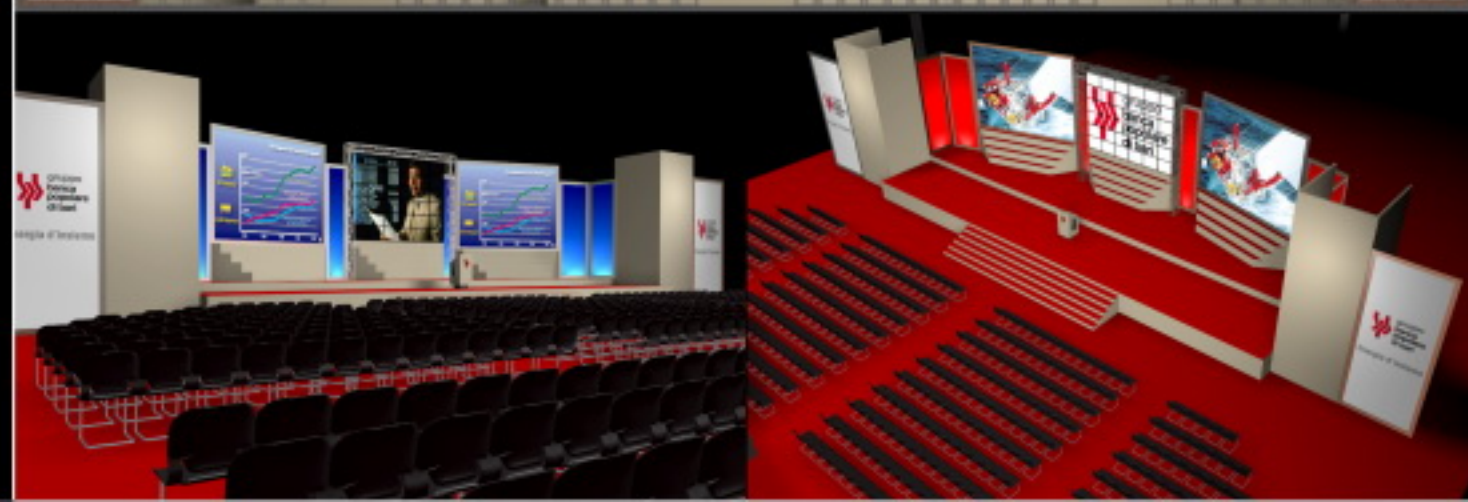
BANCA INTESA
con AVSet per Just Communication



disegno arch. Umberto Berti



Banca Popolare di Bari
Agenzia DPR



6

PADIGLIONI INTERNAZIONALI

EXPOS



NEMO PROPHETA IN PATRIA...

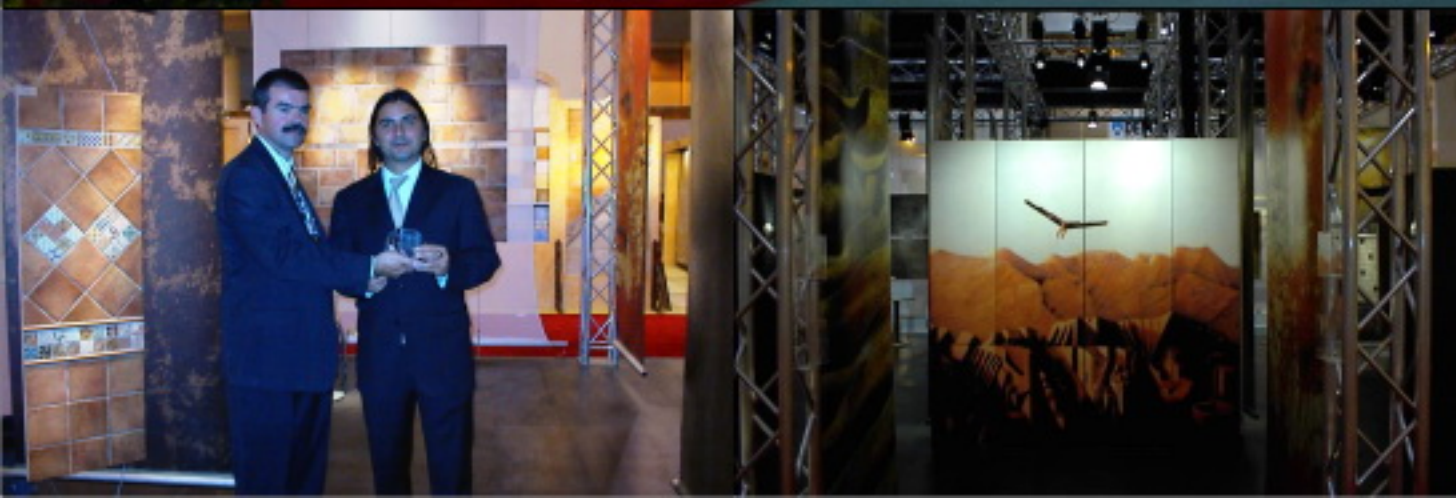
ESPORTARE L'IMMAGINE DEL "MADE IN ITALY" RAPPRESENTA SEMPRE UNA GRANDE OPPORTUNITÀ E INSIEME UNA SFIDA NON PRIVA DI INSIDIE. DA UNA PARTE INFATTI È L'OCCASIONE PER APRIRSI AL CONFRONTO, ALLARGARE GLI ORIZZONTI E (NEL CASO DI UN PRODOTTO) CONQUISTARE NUOVI MERCATI. DALL'ALTRA PERÒ PROPRIO IL PESO DI UNA TRADIZIONE TANTO NOBILE E RICONOSCIUTA (ANCHE SE ULTIMAMENTE UN PO' APPANNATA) OBBLIGA A DOVER SEMPRE "DARE IL MASSIMO", ESPOSTI COME SI È AL GIUDIZIO IPERCritico E SPESSO FAZIOSO DEI CONCORRENTI ESTERI.

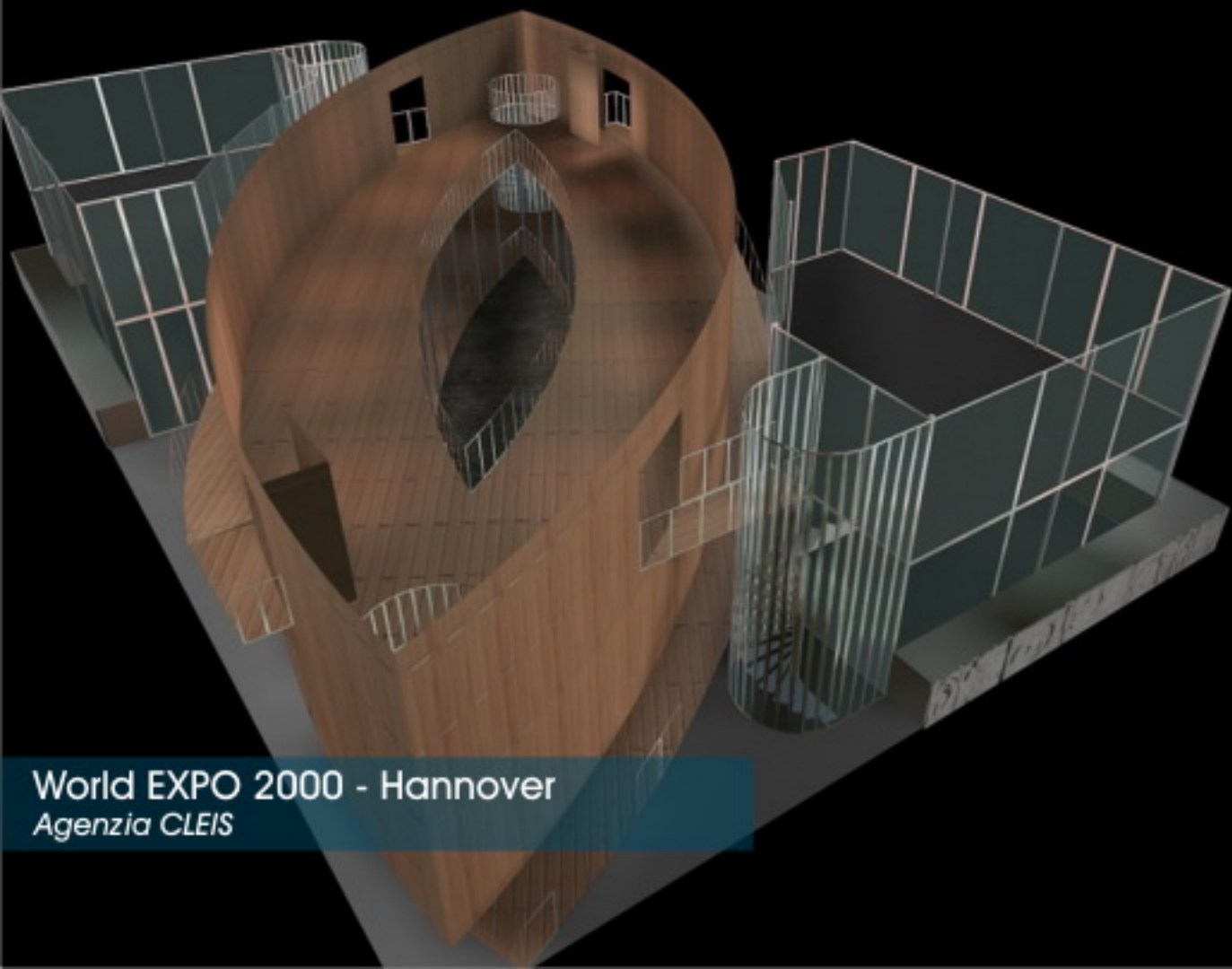
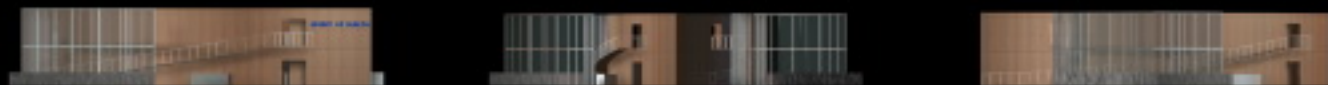
CIÒ VALE IN PARTICOLARE PER "VETRINE" DI TIPO COMMERCIALE E PER PRODOTTI DI PER SÉ "POVERI" O DI SCARSO POTENZIALE INNOVATIVO COME LA PIASTRELLA. È IL CASO DI "COVERINGS", SALONE INTERNAZIONALE DEL PAVIMENTO E DEL RIVESTIMENTO CHE HA LUOGO ANNUALMENTE A ORLANDO IN FLORIDA. UNA SFIDA CHE ABBIAMO RACCOLTO RENDENDO "AEREA" UNA MATERIA SOLIDA E PESANTE. IL PROGETTO HA RICEVUTO IL "BEST IN SHOW QUALITY AWARD" DALLA GIURIA DEL SALONE *"PER L'ORIGINALITÀ DELL'IMPIANTO E L'USO INNOVATIVO DEI MATERIALI E DELLA LUCE IN UN PERFETTO EQUILIBRIO FATTO DI LEGGEREZZA E TRASPARENZA".*

ALTRO PERCORSO QUELLO DI "SPIRIT OF MALTA" (L'ARCA MULTIMEDIALE) PER L'EXPO DI HANNOVER. IL PROGETTO NASCE PER ILLUSTRARE AL MONDO LA REALTÀ GEOGRAFICA, STORICA, ECONOMICA, CULTURALE E SOCIALE DI MALTA, AUTENTICO CROCEVIA DEI POPOLI.

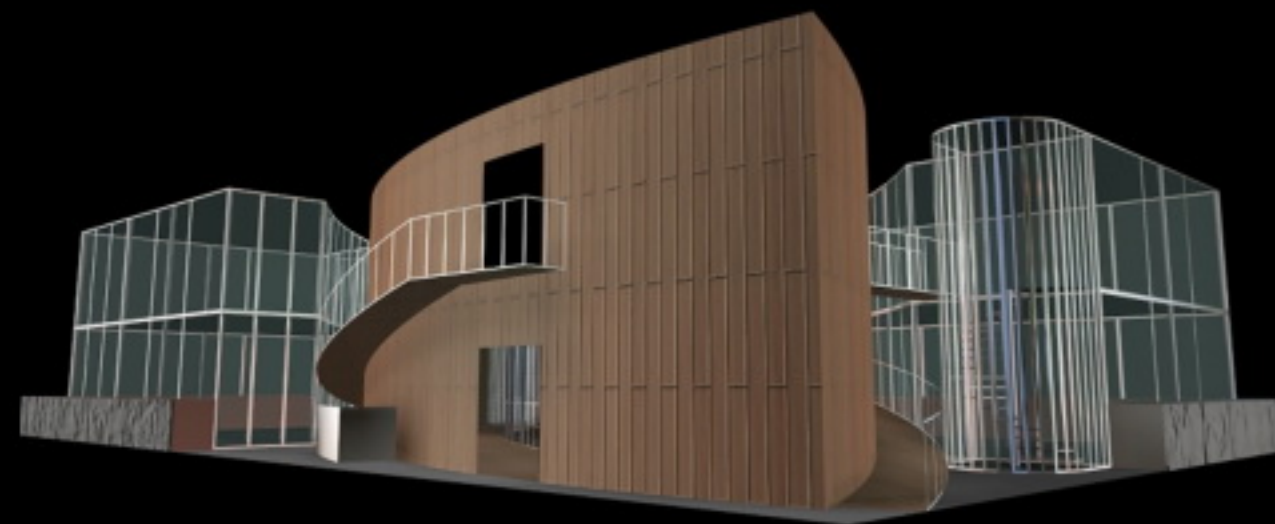
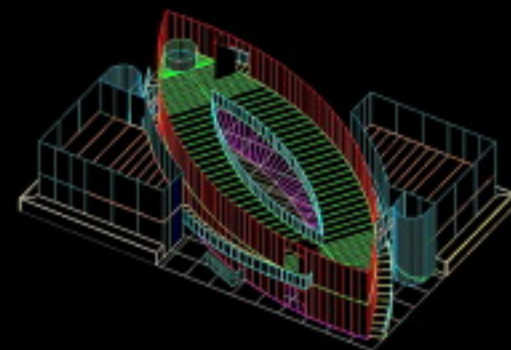
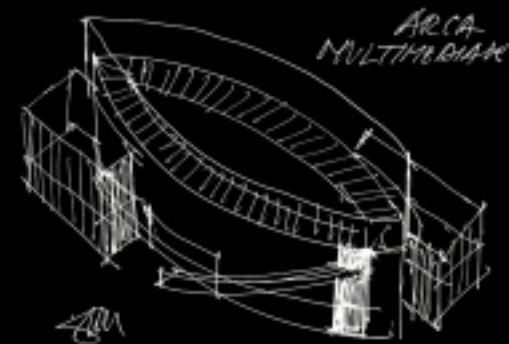
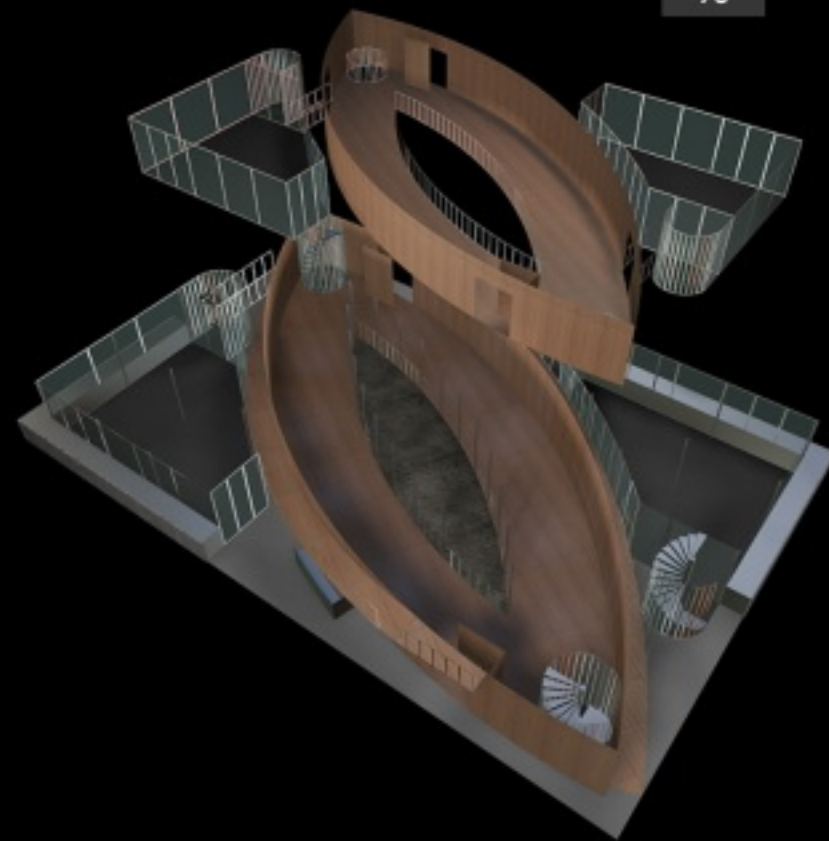
LO SPAZIO MIRA AD ESSERE ATTRATTIVO, STIMOLANTE E SOPRATTUTTO COERENTE CON L'ATTUALE IMMAGINE INTERNAZIONALE DEL PAESE, MODERNO E OSPITALE. L'AREA È STATA DISEGNATA IN MODO CHE PERSONE DI QUALSIASI ETÀ, COLORE O EDUCAZIONE POSSANO INTERAGIRE IN UN PROCESSO DI RECIPROCA COMPrensione. L'EDIFICIO PRINCIPALE È UNA ENORME ARCA IN LEGNO LAMELLARE CHE NASCONDE UN "TESORO": UN LABIRINTO MULTIMEDIALE E INTERATTIVO CHE ATTRAVERSA IL PASSATO, IL PRESENTE E IL FUTURO DELL'ISOLA.

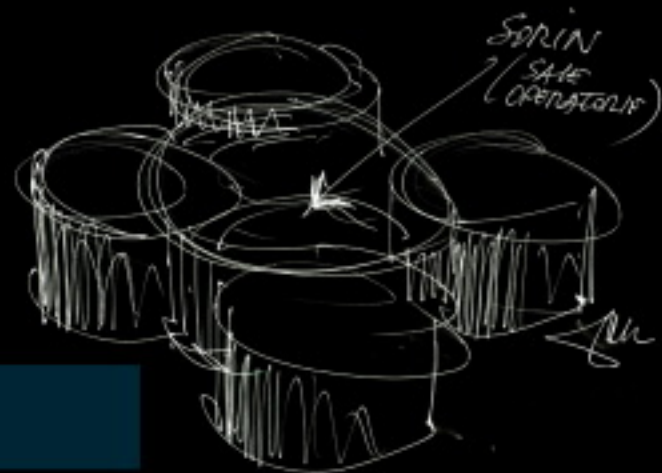
UN AUTENTICO VIAGGIO NEL TEMPO, ENTUSIASMANTE E IMPREVEDIBILE! MA "SPIRIT OF MALTA" VUOLE ANCHE ESSERE UN SIMBOLO CHE UNISCE IDEALMENTE LE PIÙ IMPORTANTI CONQUISTE, I SOGNI PIÙ AUDACI, LE PIÙ STRAORDINARIE AVVENTURE COMPIUTE DALL'UOMO NEL SUO LUNGO E FATICOSO CAMMINO VERSO LA PROSPERITÀ, IL PROGRESSO ECONOMICO E CIVILE, LA PACE.





World EXPO 2000 - Hannover
Agenzia CLEIS



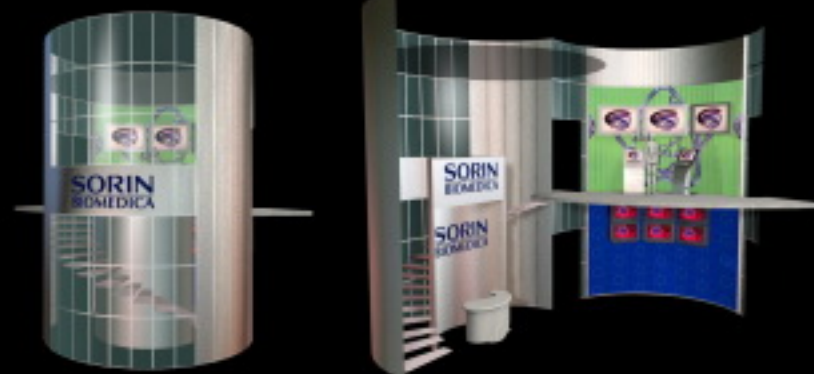


SNIA SORIN Biomedica

Tokyo High Technology Fair



"BRAVE HEART" (Cuore Grande) è il progetto di allestimento scelto dal Gruppo SNIA per il Padiglione Italiano al Salone Internazionale dell'Alta Tecnologia di Tokyo. Finalità dello stand: presentare i nuovi brevetti per la progettazione e realizzazione di dispositivi impiantabili in cardiologia e cardiocirurgia, settori di primaria importanza strategica per SORIN, società del gruppo e leader mondiale di mercato.





7

ESPOSIZIONI COMMERCIALI

TRADE FAIRS

LA NAVE VOLANTE

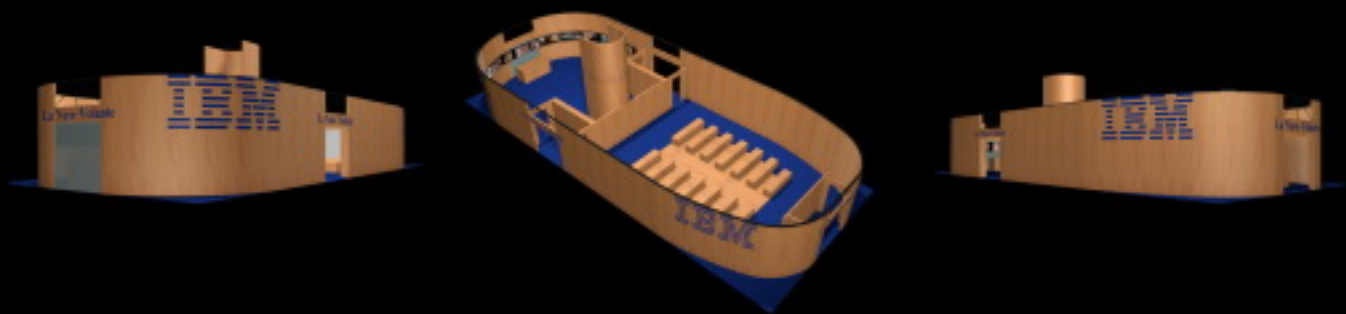
"UNA NAVE VOLANTE? QUALE PARADOSSO! MA DI COSE NORMALI È PIENO IL MONDO E NOI ABBIAMO RISERVATO PER TE QUALCOSA DI SPECIALE..."

COSÌ RECITA IL BIGLIETTO DI INVITO ALL'AREA IBM DELLO SMAU. UN SALONE CHE DA SEMPRE RAPPRESENTA L'OCCASIONE PER METTERE IN MOSTRA LE PIÙ RECENTI SOLUZIONI, GLI ULTIMI RITROVATI TECNOLOGICI, LE NOVITÀ DEL MOMENTO.

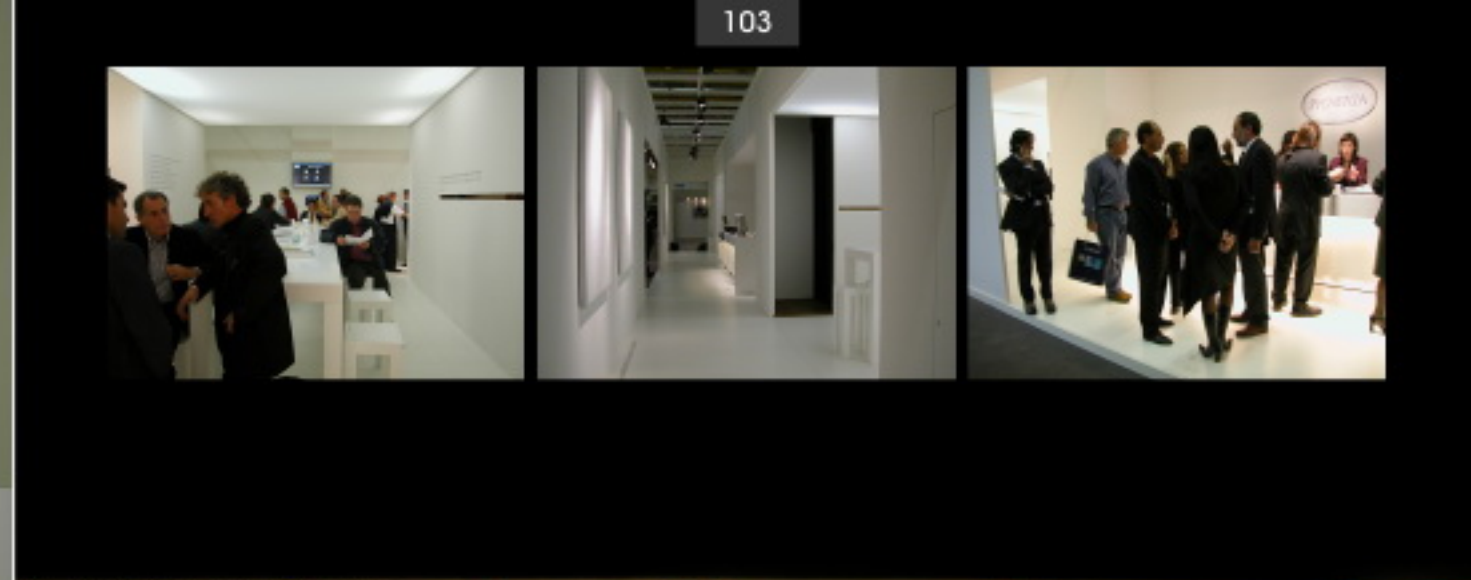
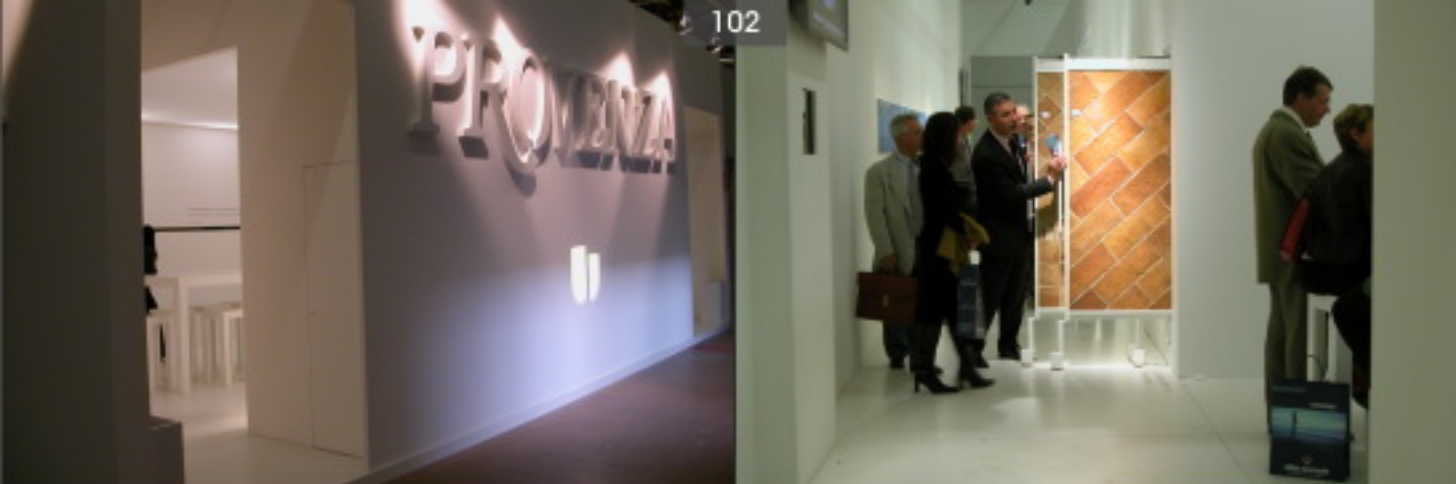
L'IDEA È STATA QUELLA DI PROIETTARE IL VISITATORE VERSO IL FUTURO, MA CON UN CONTINUO INSISTENTE RIMANDO AL PASSATO, AL VISSUTO, ALL'ESPERIENZA NONCHÉ AI "VALORI" PIÙ AUTENTICI DELL'UOMO, SPESSO OFFUSCATI DA UNA ESASPERATA RINCORSA AL PRIMATO TECNOLOGICO. PRIMI FRA TUTTI LA FANTASIA, LO SPIRITO DI CONQUISTA, IL DESIDERIO-BISOGNO DI VIAGGIARE E DI SCOPRIRE. PER QUESTO SI È MOLTO INSISTITO SU MATERIALI NATURALI E SU FORME LONTANE DALLO STANDARD "FIERISTICO" ANCHE PIÙ EVOLUTO, CON EVIDENTI RICHIAMI "LETTERARI" AL MONDO AVVENTUROSO DEI SALGARI, DEI VERNE, DEI CONRAD.

CON UNA PARTICOLARITÀ PIUTTOSTO INSOLITA: IN UN MOMENTO IN CUI LA FILOSOFIA DELL'EXHIBIT IMPONE LA MASSIMA TRASPARENZA ALL'INSEGNA DEL PIÙ RIGOROSO "OPEN SPACE", IBM SI PRESENTA AL PUBBLICO CON UNA STRUTTURA COMPLETAMENTE CHIUSA! PER ENTRARE BISOGNA FARE ADDIRITTURA LA CODA ED ESIBIRE UNA CARTA D'IMBARCO COME IN UN VERO AEROPORTO. UN COUNT-DOWN SU DISPLAY SCANDISCE INFLESSIBILMENTE I TEMPI E I FLUSSI DI ENTRATA E DI USCITA. (INCREDIBILMENTE, PROPRIO QUESTA "CHIUSURA" HA SCATENATO LA CURIOSITÀ DELLA FOLLA...).

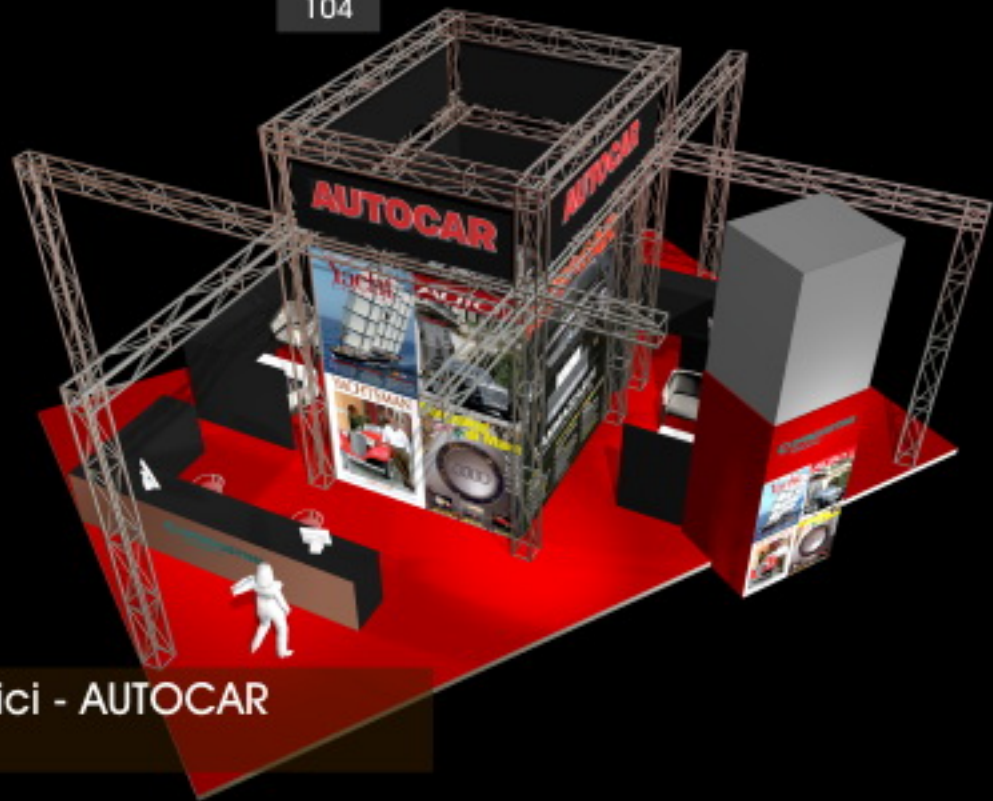
ALL'INTERNO DUE LIVELLI: UN PIANO TERRA DESTINATO A TUTTI I VISITATORI E AI CURIOSI, UN PRIMO PIANO RISERVATO AI CLIENTI E AI BUSINESS PARTNERS. MA È "IN COPERTA" CHE SI SCOPRONO LE VERE SORPRESE: TRA QUESTE UN FILMATO CHE IN TUTTA LA SUA DURATA NON DEDICA CHE POCHI SECONDI (E IN SOVRAIMPRESSIONE FILTRATA) AI PRODOTTI... UNA VERA RIVOLUZIONE, E UNO CHOC PER IL MARKETING! ANCOR PRIMA DEL TERMINE DEL SALONE LO STAND CONTAVA 25.000 VISITATORI...



IBM SMAU - La Nave Volante
Agenzia CLEIS



104



De Agostini Periodici - AUTOCAR
MOTORSHOW Bologna

105



RCS Periodici
BIT Milano





Marsiglia - EWE



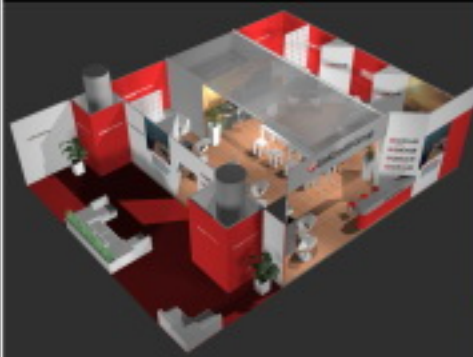
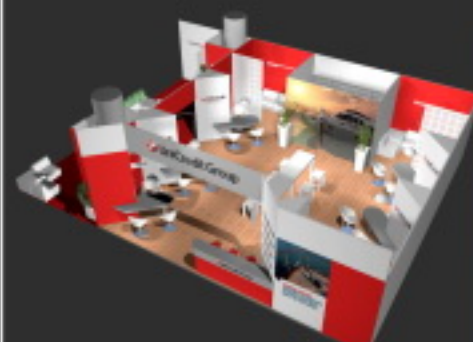
Verona - SolarExpo



Milano - Graffiti



Genova - Salone Nautico



UniCredit Group
Varie Fiere



8

FUORI SALONE

HAPPENINGS

ALLA RICERCA DELLE EMOZIONI PERDUTE

DA UN PO' DI ANNI A QUESTA PARTE ASSISTIAMO AD UN CONTINUO PROLIFERARE DI "EVENTI"; TERMINE PIÙ CHE MAI ABUSATO PER INDICARE QUALCOSA DI NON BEN DEFINITO CHE SEMBRA RIASSUMERE IN SÉ TUTTO E IL CONTRARIO DI TUTTO.

LA RICHIESTA È QUASI SEMPRE LA STESSA: COLPIRE L'IMMAGINAZIONE, STUPIRE, "LASCIARE IL SEGNO". LA COSTRUZIONE DI TALI ACCADIMENTI, SE FINALIZZATI A MOMENTI PROMOZIONALI, MOTIVAZIONALI O CELEBRATIVI DI GRANDE RILIEVO, LASCIA IN EFFETTI MOLTI GRADI DI LIBERTÀ ALLA CREATIVITÀ DELLO SHOW DESIGNER (FATTI SALVI OVVIAMENTE I LIMITI DI BUDGET). INSOMMA, UNA BELLA "PACCHIA"... IN REALTÀ UNA VERA TRAPPOLA, SE SI PENSA CHE NON È AMMESSO IL BEN CHE MINIMO ERRORE E CHE, SOPRATTUTTO, NON ESISTONO "REPLICHE"! PER CONTRO, NON SONO RARI I CASI IN CUI, QUASI PARADOSSALMENTE, A LIMITAZIONI ASSAI BLANDE DI TIPO ECONOMICO FANNO RISCONTRO VINCOLI FERREI E INSIDIOSI (PER NON DIRE DELLE PRESSIONI DI OGNI TIPO) DA PARTE DEL COMMITTENTE.

CIÒ ACCADE OGNI VOLTA CHE L'AZIENDA SI TROVA A DOVER AFFRONTARE UN'AUDIENCE BEN PIÙ VASTA DELLA PROPRIA POPOLAZIONE INTERNA O DEI SOLITI "ADDETTI AI LAVORI". COME QUANDO AD ESEMPIO, PER NECESSITÀ STRATEGICHE O DI VISIBILITÀ, DECIDE DI ESPORSI AL GIUDIZIO POPOLARE DI UN'INTERA CITTÀ.

QUESTA DIVERSA FINALITÀ, IN APPARENZA PIÙ FACILE PERCHÉ NON IMPONE A PRIORI I CONSUETI ODIOSI TAGLI DI SPESA, SI RIVELA IN REALTÀ DI GRAN LUNGA PIÙ COMPLESSA PERCHÉ SPOSTA IL PROBLEMA DELLE "ASPETTATIVE" (OVVERO DEL COINVOLGIMENTO EMOTIVO DEGLI SPETTATORI E DEL LORO "GRADIMENTO") DA UN PIANO INTERNO E CIRCOSCRITTO, CULTURALMENTE E PSICOLOGICAMENTE OMOGENEO (IL BEN NOTO "SPOGLIATOIO"), AD UNO ESTERNO ASSAI PIÙ VASTO E TOTALMENTE ETEROGENEO OLTRE CHE SPESSO PREVENUTO SE NON ADDIRITTURA OSTILE (LA "PIAZZA").

NASCE QUI LA VERA SFIDA PER QUESTO PARTICOLARE E DELICATISSIMO TIPO DI PROGETTO: LA CONQUISTA DEL "CONSENSO".



Ceramiche Provenza-
Venezia Arsenale

Palazzo Pisani Moretti



Le Gaggiandre



Le Tese



IBM Italia – Forum di Assago
Agenzia CLEIS





Gulliver - Milano, Officine del Volo
per RCS Periodici

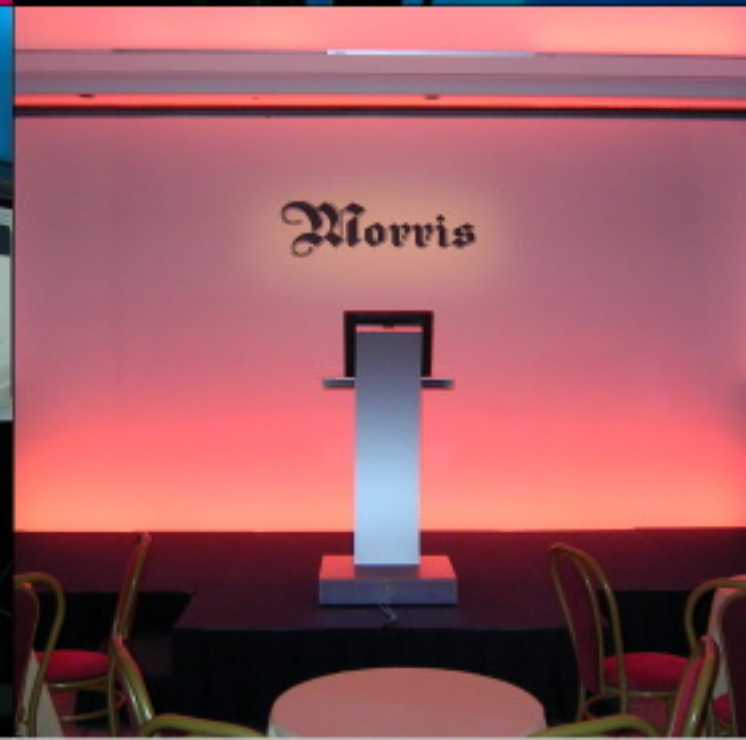
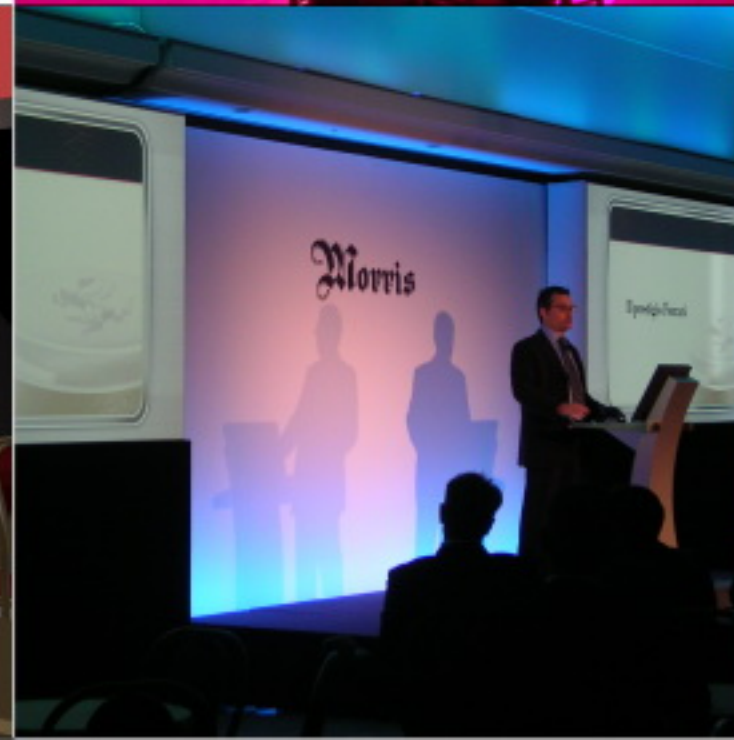


Microsoft - East End Studios
Agenzia Westland





Morris Profumi - Christmas Collection
Agenzia Much More Partners





9

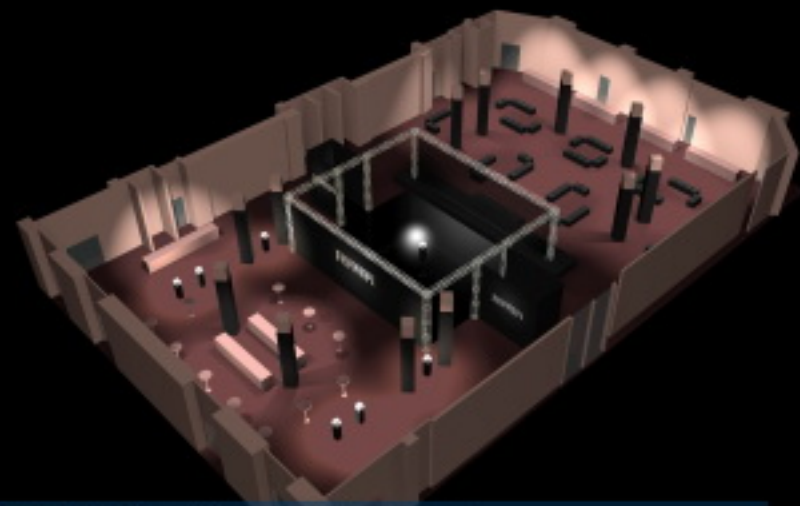
LANCI DI PRODOTTO

PRODUCT PRESENTATIONS

LA SCATOLA DEI DESIDERI

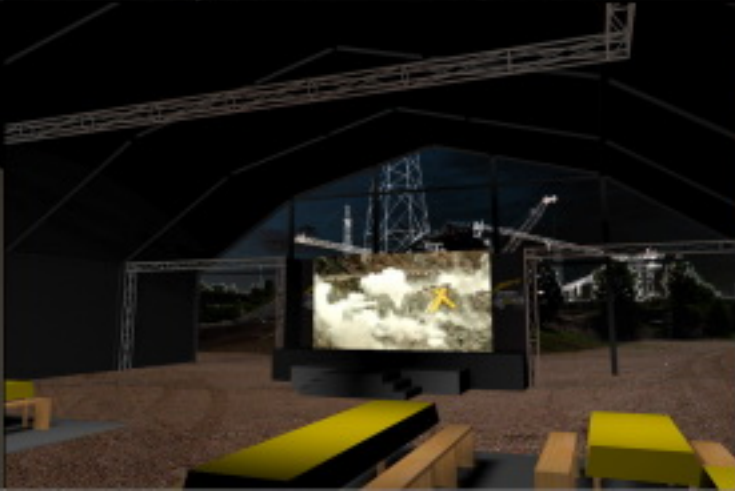
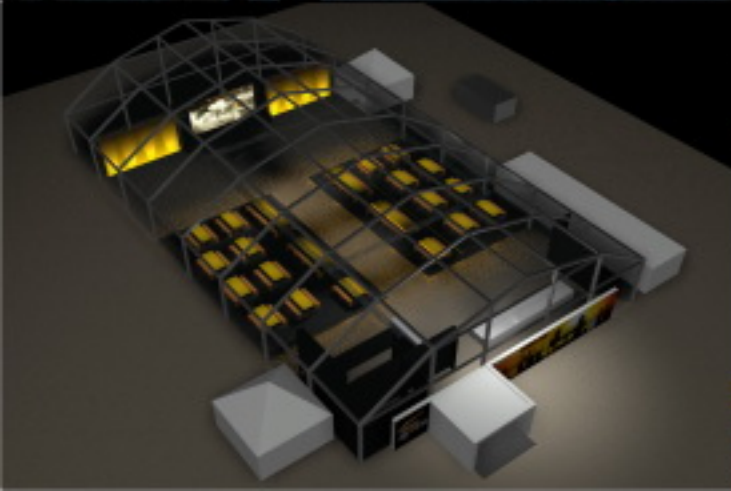
IL LANCIO DI UN PRODOTTO PRESTIGIOSO DURANTE UNA DELLE PIÙ IMPORTANTI FIERE MONDIALI DELLA PROFUMERIA (FREQUENTATISSIMA E OVVIAMENTE MULTILINGUE) CI HA PRIMA DI TUTTO FATTO OPTARE PER DUE SOLUZIONI QUASI OVVIE MA RISULTATE MOLTO EFFICACI: STABILIRE ORARI E ITINERARI MOLTO LIBERI, DA UNA PARTE, E DALL'ALTRA PRIVILEGIARE L'USO DELL'IMMAGINE RISPETTO A QUELLO DELLA PAROLA. L'IDEA PORTANTE È STATA QUELLA DI TRASFORMARE LA LOCATION IN UNA "SCATOLA DELLE MERAVIGLIE". UN CONTENITORE DI PER SÉ NEUTRO MA ELEGANTISSIMO NEL QUALE DUE SOLTANTO FOSSERO GLI ELEMENTI PROTAGONISTI: IL SUONO E LA LUCE, IN UNA CONTINUA ALTERNANZA DI TONI, SUGGERZIONI E INTENSITÀ. QUALCOSA A METÀ TRA UN LUOGO DELLA MEMORIA E UN TEATRINO DELLO STUPORE.

IMMAGINI GIGANTI, ORA INTERE ORA SCOMPOSTE, SI ALTERNANO AD ALTRE RIPARTITE IN SINCRONO SU PIÙ PIANI DIVERSI. IL GRIGIO DELL'ACCIAIO, IL TESTA DI MORO DELLA PELLE, IL NERO LUCIDO DEL PVC: QUESTI I COLORI DOMINANTI DELL'ALLESTIMENTO CHE OVVIAMENTE RICHIAMANO QUELLI, PREZIOSISSIMI, DEL PRODOTTO. MOLTO DIVERSE LE ATMOSFERE COSTRUITE INTORNO AI DUE PRINCIPALI MOMENTI DI COMUNICAZIONE DELLA SERATA, L'"ANNUNCIO" E IL "REVEAL": PIÙ ISTITUZIONALE E FORMALE LA PRIMA (SOTTOLINEATA DA COLORI CALDI, MUSICHE SOFT E ACCATTIVANTI, IMMAGINI DAL RITMO NON ESASPERATO), PIÙ LIBERA E TRASGRESSIVA LA SECONDA (ACCOMPAGNATA DA COLORI FREDDI, MUSICHE PIÙ AGGRESSIVE E COINVOLGENTI, IMMAGINI MOLTO DINAMICHE).



FERRARI Parfum - Cannes
Agenzia Much More Partners

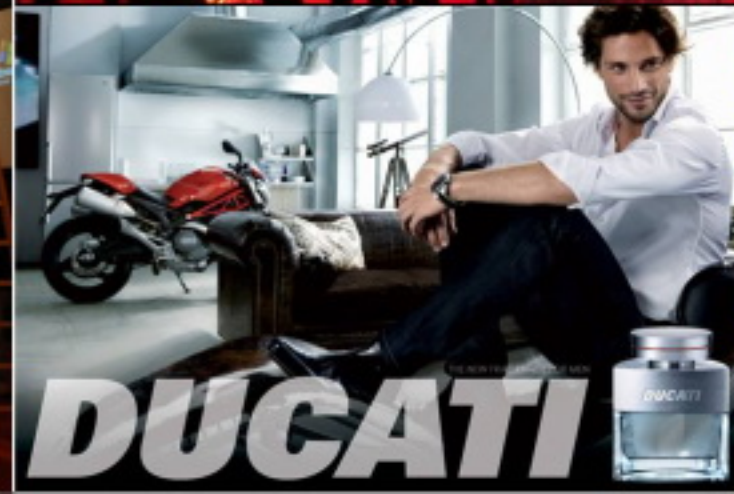




130



131





Autocar - Milano, East End Studios
per De Agostini Periodici



SAECO - Forte Village
Agenzia Much More Partners



10

INSTALLAZIONI
ARTISTICHE

ART PERFORMANCES



COME ACCENDERE IL CUORE DI UNA CITTÀ

IL CLIENTE: UNA GRANDE MULTINAZIONALE DEL SETTORE ENERGETICO, TITOLARE DI UN INSEDIAMENTO INDUSTRIALE (TANTO NECESSARIO QUANTO "PESANTE") SITUATO NELLA PERIFERIA DI UNA GRANDE CITTÀ PORTUALE DEL SUD ITALIA.

IL BRIEF: TRASMETTERE UN'IMMAGINE POSITIVA INTORNO ALLA PROPRIA REALTÀ IMPRENDITORIALE, AL DI LÀ DELLE OVVIE OPPORTUNITÀ DI IMPIEGO DI MANO D'OPERA LOCALE. INSOMMA: CREARE "CONSENSO".

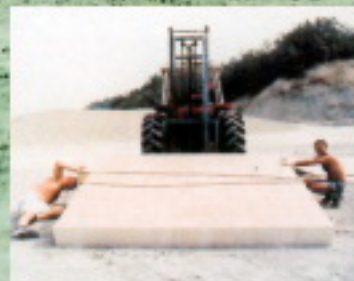
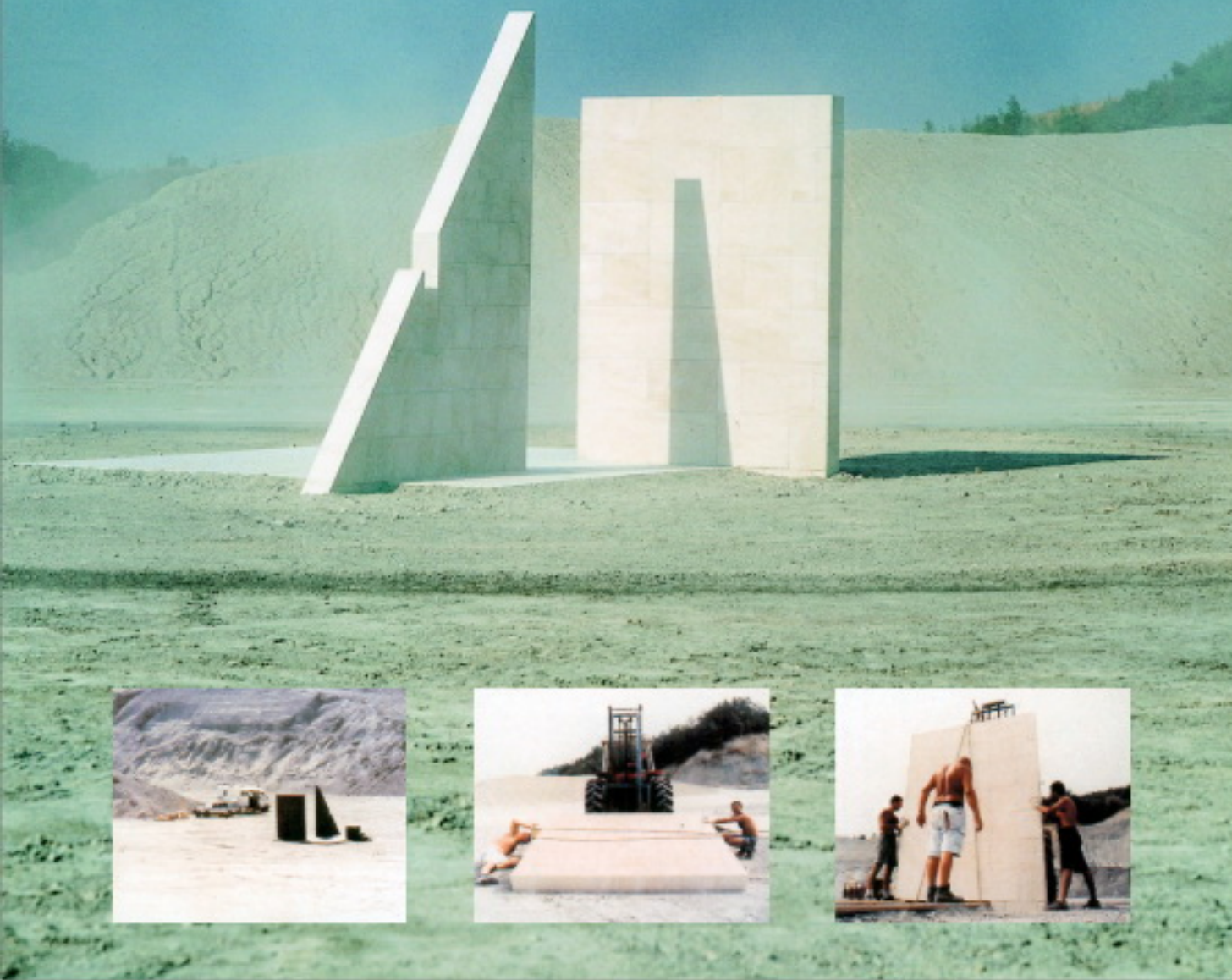
L'APPUNTAMENTO: UN EVENTO SPETTACOLARE IN GRADO DI DECLINARE IN MODO ORIGINALE, RAFFINATO E STUPEFACIENTE IL TEMA DELLA "LUCE".

SUPERATA LA FORTE TENTAZIONE DI UN USO MASSICCIO DI EFFETTI SPECIALI, POSSIAMO RIASSUMERE IN UNO SLOGAN IL PROCESSO MENTALE ADOTTATO NELL'AFFRONTARE IL PROBLEMA: "ELOGIO DELLA SEMPLICITÀ". UN PUNTO DI ARRIVO DIFFICILE, PER sottrazione. IN QUESTI CASI, DEL RESTO, IL FATTORE VINCENTE PER AVERE SUCCESSO STA NELLA GIUSTA VALUTAZIONE NON SOLO, E NON TANTO, SU "CHE COSA" SI FARÀ, QUANTO PIUTTOSTO SU "COME" UN INTERVENTO DI QUESTA PORTATA VERRÀ RECEPITO, INTERPRETATO E VISSUTO SUL POSTO. PER QUESTO, ANZICHÉ "REGALARE" ALLA CITTADINANZA, CON UNA GENEROSITÀ PALESEMENTE FALSA, QUALCOSA DI "STRAORDINARIO" (PER DI PIÙ IMPORTATO DAL NORD), SI È OPTATO PER UN'OPERAZIONE MENO ARROGANTE E "INVASIVA".

ATTRAVERSO IL MECCANISMO DI UN CONCORSO DI IDEE APERTO A TUTTI SUL TEMA "ILLUMINA LA TUA CITTÀ", SI È DATO AMPIO SPAZIO ALLA FANTASIA LOCALE DESTINANDO UN BUDGET PER REALIZZARE IL PROGETTO PIÙ BELLO.

SI È POI FATTO IN MODO CHE IL CONCORSO, INDETTO CON CADENZA BIENNALE E UNA DIMENSIONE ECONOMICA CONGRUA RISPETTO AL PIANO DI INVESTIMENTI "PROMOZIONALI" DELL'AZIENDA, TROVASSE UN IDEALE MOMENTO DI LANCIO IN COINCIDENZA CON UN GIORNO PARTICOLARE DELL'ANNO, QUELLO DELLA POPOLARE E AMATISSIMA FESTA DEL PATRONO DELLA CITTÀ. FESTA CHE, COM'È NELLA TRADIZIONE DEL NOSTRO MERIDIONE, HA PROPRIO NELLA LUCE UNA DELLE SUE COMPONENTI PIÙ SPETTACOLARI. È STATO SU QUESTO TERRENO, PROGETTANDO E COSTRUIENDO "SUL POSTO" MACCHINE BAROCHE, PIROTECNIE AD EFFETTO, ARCHITETTURE EFFIMERE CARICHE DI SUGGERZIONI E DI RIMANDI "STORICI", CHE SI È FATTA EMERGERE TUTTA LA CAPACITÀ CREATIVA E LA FANTASIA DEI CELEBRI LUMINARISTI LOCALI, CONSERVATORI E INNOVATORI INSIEME. UN MODO DI DARE VALORE ALLE TRADIZIONI POPOLARI DEL LUOGO E DEI SUOI ABITANTI E QUINDI CONTRIBUIRE, NEL RISPETTO DELLA SENSIBILITÀ CHE DA SEMPRE LE INTERPRETA, A CELEBRARE LE QUALITÀ DI UNA GRANDE CULTURA. "ILLUMINAR CANTANDO" (LA FESTA DELLA LUCE) HA COSÌ ACCESO CON LA PARTECIPAZIONE DI TUTTI L'ENTUSIASMO DI UN'INTERA COMUNITÀ.

LATITUDE
per Ceramiche Provenza





Fabbrica dell'Arte - Biennale Venezia
per De Agostini Periodici - Carnet



Carnet, con i suoi fotografi, entra nella "Fabbrica dell'Arte" per testimoniare il backstage della Biennale di Venezia. I fotografi sono: Luigi Balzelli, Marco Cauz, Andrea Corazzi & Emiliano Scatarzi, Pier Marco Menini, Seba Pavia. Il loro lavoro diventa una mostra con video proiezioni allestita all'interno della biennale arte di Venezia, in Arsenale, negli spazi dedicati all'Archivio del Contemporaneo, nuovo centro di ricerca e di produzione culturale interdisciplinare e multimediale nonché punto d'incontro e di discussione permanente. Proprio in questa vocazione a conservare, classificare e produrre chiavi di interpretazione, ma nello stesso tempo proiettare questa attitudine sul presente e sul futuro, sta la totale coincidenza fra il lavoro dell'Archivio e quello di Carnet Arte.



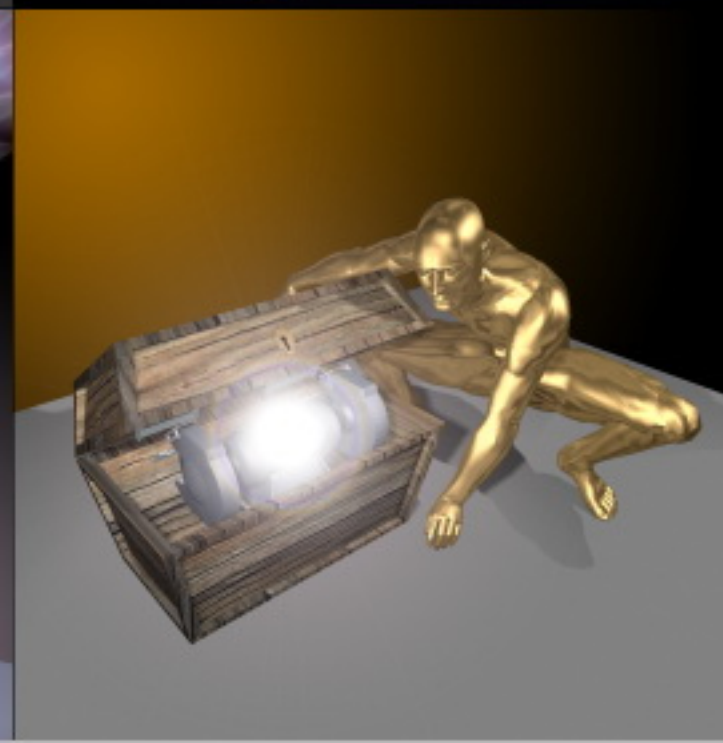
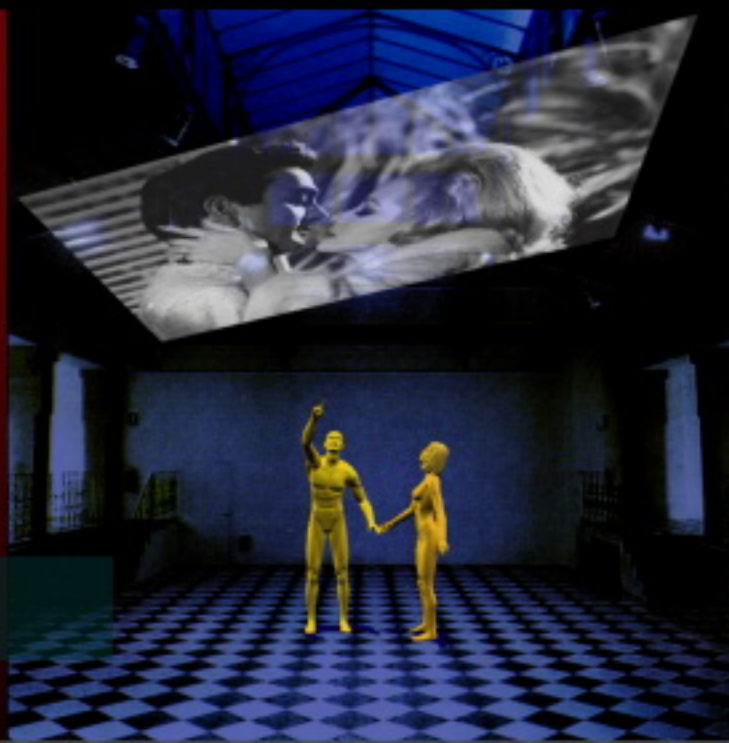


ALORS QUE CERTAINS SONT
SATISFAITS PAR L'EFFORT DE
PLAIRE, D'AUTRES SOUHAITENT
LE CHOC DE LA SURPRISE.

MAN RAY, 1951



Le Stanze Parlanti
con Impact per Agenzia CMG



Il design di alta gamma (le vetture Porsche) incontra l'arte. Non un artista tradizionale, naturalmente, ma una figura emergente nel mondo dell'arte contemporanea, fortemente proiettata nell'uso di tecniche sperimentali anche molto provocatorie. Dago non dipinge solo su tela: crea i suoi lavori multicolori anche direttamente su corpi nudi femminili utilizzando materiali e pigmenti assolutamente naturali.

L'allestimento, dovendo "fare i conti" con una location molto high-tech, è stato risolto con una serie di "isole" autoportanti costituite da telai in legno naturale e teli dipinti come astratti fondali di scena. Piccoli "set" autonomi come involucri-cornice delle opere pittoriche e dei "tableaux vivants" di Dago.



Le Donne di Dago - Porsche Milano
per De Agostini Periodici - Carnet





11

MOSTRE & PRESENTAZIONI

EXHIBITIONS

ITALIANI GIOVANI E GRANDI MAESTRI

UN GRANDE AEROPORTO: MALPENSA. UN GRANDE FOTOGRAFO: BOB KRIEGER. COME FARLI CONVIVERE?

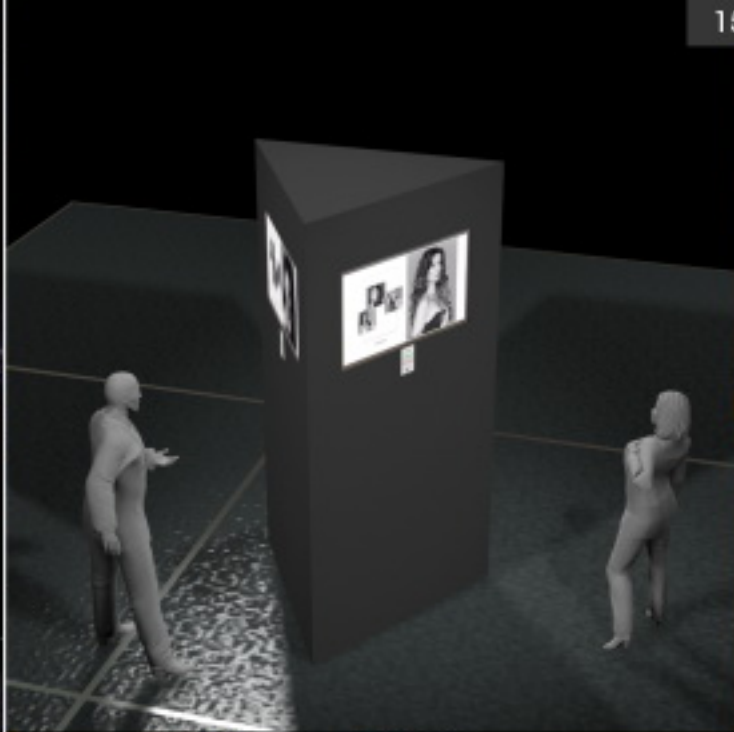
DOVENDO INTERVENIRE CON UNA MOSTRA IN UN AEROPORTO DI LIVELLO INTERNAZIONALE, SI È RITENUTO CHE UN ALLESTIMENTO ESPOSITIVO DI TIPO TRADIZIONALE, OLTRE TUTTO LIMITATO ALL'AREA DEI CHECK-IN (DOPO QUELLA DEGLI ARRIVI LA ZONA PERCORSO CON MAGGIOR FRETTA E NELLA CONFUSIONE DOVUTA ALLE CODE, AI BAGAGLI, AI RITARDI), NON FOSSE IN GRADO DA SOLO DI SUSCITARE UNA SUFFICIENTE CURIOSITÀ NELLA GENTE. TROPPE LE NEGATIVITÀ RISPETTO A UN LUOGO "DEPUTATO": IL TEMPO A DISPOSIZIONE (POCHISSIMO) LO SPAZIO (DISPERSIVO) LA LUCE (INADATTA) L'ATTENZIONE (PROIETTATA ALTROVE).

IN TALI CONDIZIONI IL MATERIALE ESPOSTO (INGRANDIMENTI FOTOGRAFICI CLASSICI, MOLTO DELICATI E PERCIÒ DA PROTEGGERE CONSIDERATI I FLUSSI), APPARIREBBE FUORI LUOGO, ECO REMOTA DI UNA DIMENSIONE ARTISTICA COLTA FORSE TROPPO RAFFINATA IN TALE CONTESTO.

PER COLORO CHE FOSSERO IN OGNI CASO INCURIOSITI DALL'INIZIATIVA, VERREBBERO COMUNQUE A MANCARE LE CONDIZIONI PER UNA VISITA IN SUFFICIENTE RELAX:

L'OROLOGIO INCOMBE, L'ANSIA È IN AGGUATO, L'IMBARCO SI AVVICINA...

NOI ABBIAMO PREFERITO OPTARE PER UNA SEMPLICE OPERAZIONE DI ADEGUAMENTO DEL LINGUAGGIO ESPOSITIVO ALLE CARATTERISTICHE DEL LUOGO, PER DEFINIZIONE VOTATO AL TRANSITO, AL MOVIMENTO, AL PASSAGGIO. IL NOSTRO VISITATORE È IN REALTÀ UN VIAGGIATORE CHE NON SI SOFFERMA E ANZI CONTINUAMENTE SI SPOSTA. PER QUESTO ABBIAMO FATTO IN MODO CHE FOSSERO LE IMMAGINI A MUOVERSI "ANDANDO DA LUI"! CIÒ CHE LO COGLIERÀ DI SORPRESA NEL LUOGO "A" TORNERÀ AD AFFACCIARSI, INASPETTATAMENTE, NEL LUOGO "B" PER POI RIAPPARIRE, E FINALMENTE SEDURRE, NEL LUOGO "C". PERCHÉ QUESTO GIOCO DI RIMBALZO (A SUO MODO UN VIAGGIO ANCH'ESSO, PICCOLA GRANDE AVVENTURA DEL QUOTIDIANO) FOSSE POSSIBILE, NON SI POTEVANO CERTO PROPORRE TANTI ALLESTIMENTI TRADIZIONALI (NÉ TANTI INGRANDIMENTI) QUANTI SONO GLI AMBIENTI PRESUMIBILMENTE ADATTI AD UNA MOSTRA (OLTRE AL CHECK-IN: GLI IMBARCHI, LE SHOPPING AREAS, I GATES, ECC.). SI È SCELTA LA STRADA DI UNA "MOSTRA DIGITALE" CIOÈ RISOLTA, ANZICHÉ SU CARTA STAMPATA, SU SCHERMI AL PLASMA DELL'ULTIMISSIMA GENERAZIONE DISSEMINATI QUA E LÀ, STRATEGICAMENTE, COME I SASSOLINI DI POLLICINO... ALTA TECNOLOGIA, IMMAGINI VIRTUALI, UN VERO E PROPRIO "NETWORK" OVVERO UNA MOSTRA "IN RETE" NON SOLO ALL'INTERNO DEL SISTEMA AEROPORTUALE MA ADDIRITTURA (VIA INTERNET) IN TUTTO IL MONDO!



Gli Italiani di Bob Krieger
Aeroporto Milano Malpensa, con Studio Festi



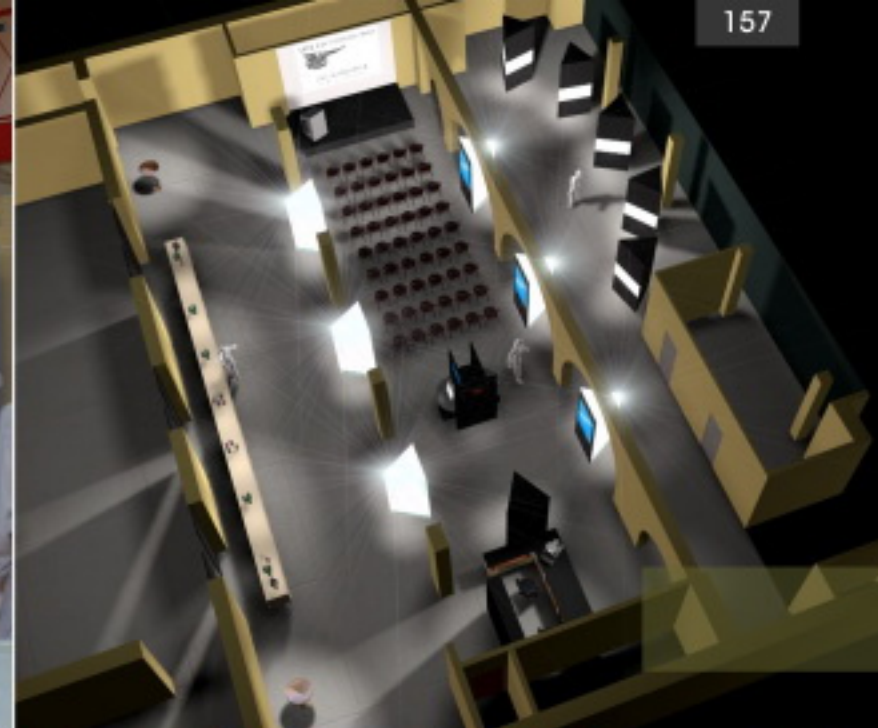


Teatro della Memoria
per Ceramiche Provenza



Festa di San Francesco
OSF - Milano





Un nuovo rivoluzionario taglio del diamante, brevettato dal mitico intagliatore Leo Schachter, viene presentato alla stampa e agli operatori del settore nello spazio polivalente dell'Orchestra Verdi di Milano. Per mostrare (debitamente protetti) alcuni esempi di gioielli che già impiegano il nuovo taglio, non delle banali vetrine, ma severi monoliti neri disseminati all'interno di una piccola foresta di prismi bianchi, elegantissimi e leggeri nel loro accecante candore. Protagonista assoluta la luce, bianca e pura come i riflessi di questa magica pietra e sintesi perfetta dell'idea di perfezione.

Leo Cut
per De Agostini Periodici - Carnet



Olimpiadi - Foto di Luigi Baldelli
per De Agostini Periodici - Carnet





12

MUSEI &
GALLERIE
ART GALLERIES

PEGGY & BEYOND

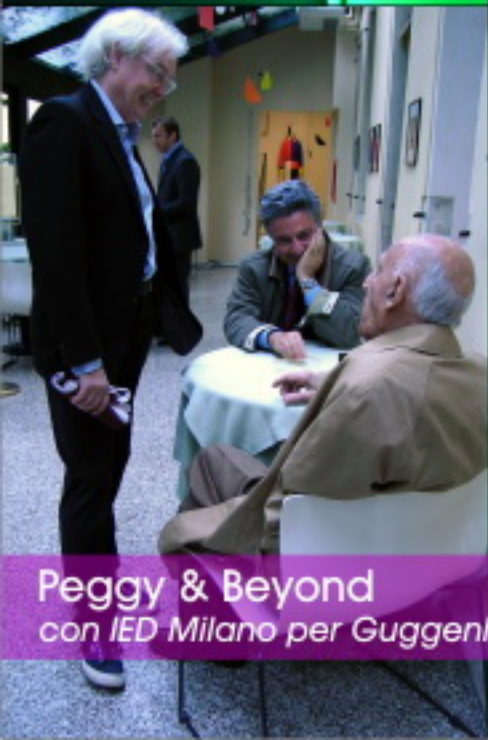
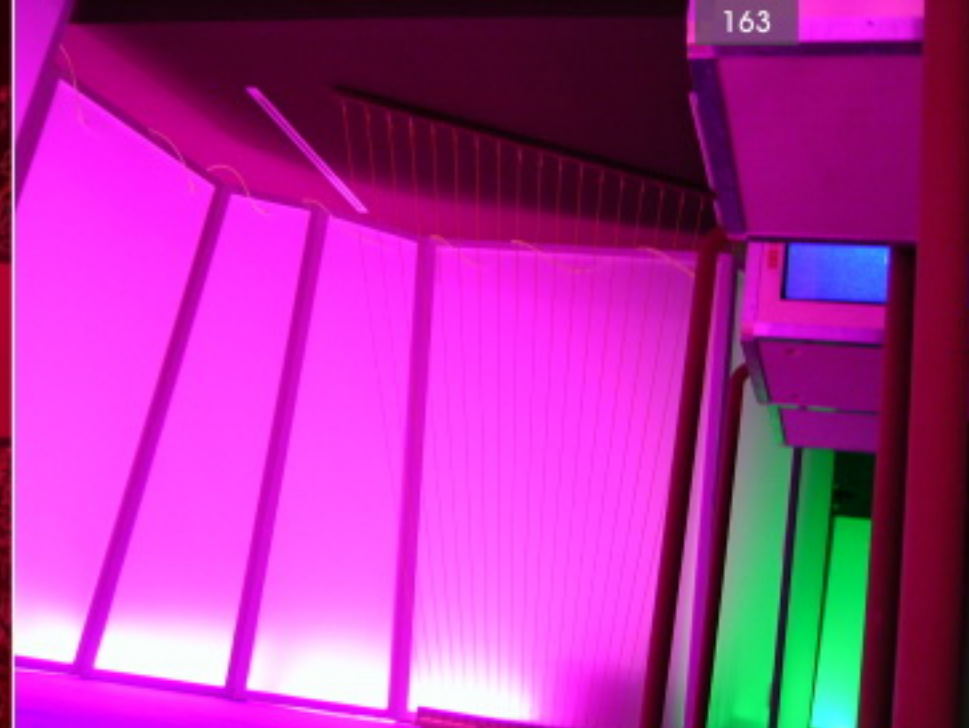
IN QUESTO PROGETTO SPERIMENTALE, COMMISSIONATO ALL'ISTITUTO EUROPEO DI DESIGN DALLA PEGGY GUGGENHEIM COLLECTION DI VENEZIA GRAZIE AL SUPPORTO FINANZIARIO DEL GRUPPO DI SPONSOR ISTITUZIONALI INTRAPRESAE E COORDINATO DALL'ARCHITETTO GIORGIO GRANDI, SHOW & GROW VIENE COINVOLTA A TITOLO DI CONSULENTE-SUPERVISORE ALLA PROGETTAZIONE E REALIZZAZIONE DELL'ALLESTIMENTO.

UN ESPERIMENTO MOLTO STIMOLANTE, IN UNA DELLE PIÙ PRESTIGIOSE SEDI ESPOSITIVE DEL MONDO, CHE SI PROPONE DI AFFIDARE A UN GRUPPO DI STUDENTI DELLO IED, COME LAVORO DI TESI AL TERMINE DEL LORO CORSO DI STUDI, UN TEMA NON FACILE: AFFRONTARE IL RAPPORTO TRA IL MONDO DI PEGGY GUGGENHEIM E IL SUO "OLTRE" (IN SENSO LATO) CON UN TAGLIO INTERDISCIPLINARE E MULTIMEDIALE. LA NOSTRA ESPERIENZA NELL'USO DEI MATERIALI E DEI LINGUAGGI SCENOGRAFICI PIÙ DIVERSI STIMOLA LA DEFINIZIONE DEL PROGETTO NELLE SUE LINEE GENERALI E VIENE MESSA AL SERVIZIO DI UN CONTINUO AFFINAMENTO DEL "CONCEPT".

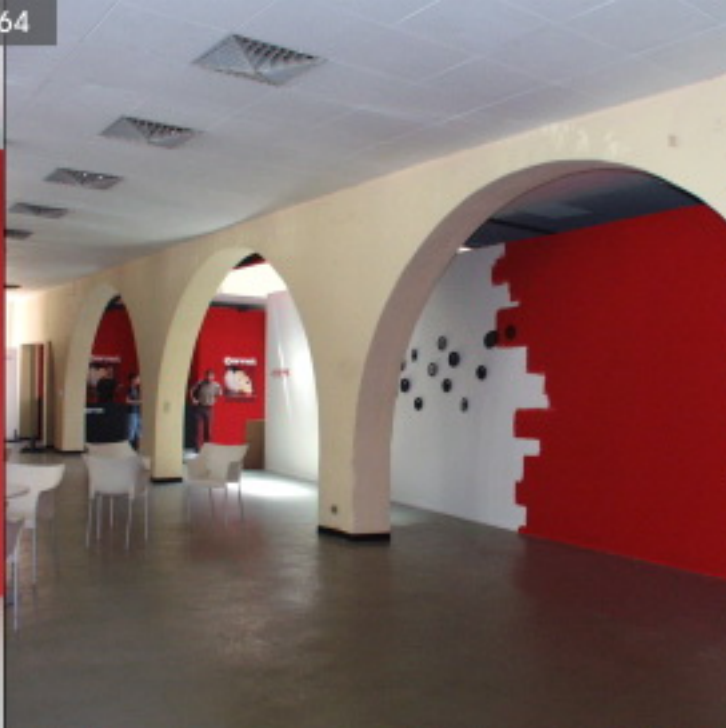
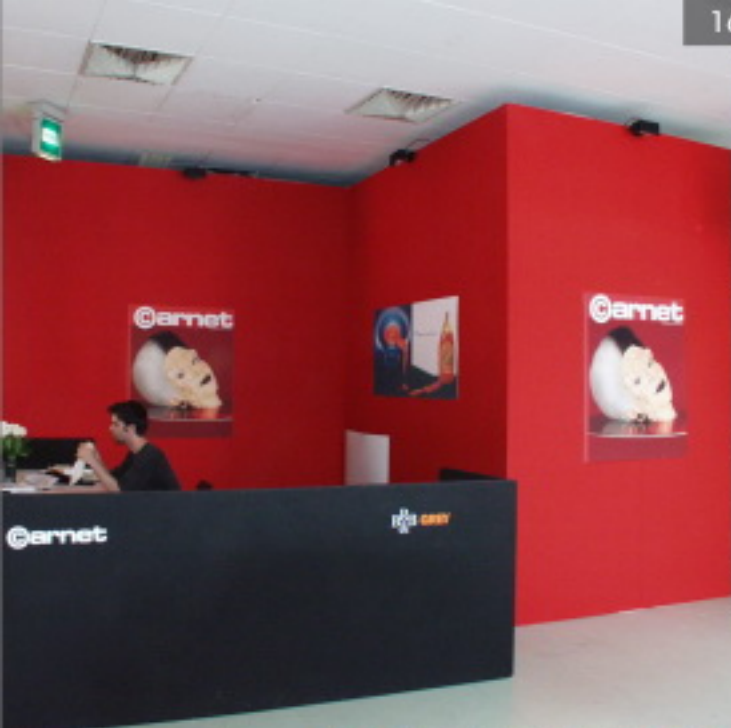
IL CONTRIBUTO DI ANTONELLA VITALI, FULCRO DELL'ORGANIZZAZIONE DEL LAVORO, AFFIANCA POI I RAGAZZI DELLO IED NEL PROCESSO DI FINALIZZAZIONE DELLE IDEE.

SCRIVE GIORGIO GRANDI NELLA SCHEDA DI PRESENTAZIONE: "PEGGY E IL BEYOND SONO DUE PRESENZE CHE SI GUARDANO, GIOCANO E INTERAGISCONO IN TUTTE LE STANZE. I DUE PERSONAGGI SONO SEMPRE "IN SCENA" ANCHE SE CON PESI DIVERSI. ALL'INIZIO È PEGGY AD ESSERE PROTAGONISTA, PERCHÉ È LEI AD ESSERE IL MOTORE DI QUESTA AVVENTURA ALLA RICERCA DEL BEYOND. IL PERCORSO SI SVILUPPA COME IL TRONCO DI UN ALBERO, AFFONDA LE SUE RADICI E PRENDE LINFA VITALE DALLE ATMOSFERE E DALLA VITA DI PEGGY PER ALLUNGARE I PROPRI RAMI VERSO L'OLTRE. UN OLTRE LIBERO E PERSONALE SENZA ALCUNA GUIDA".

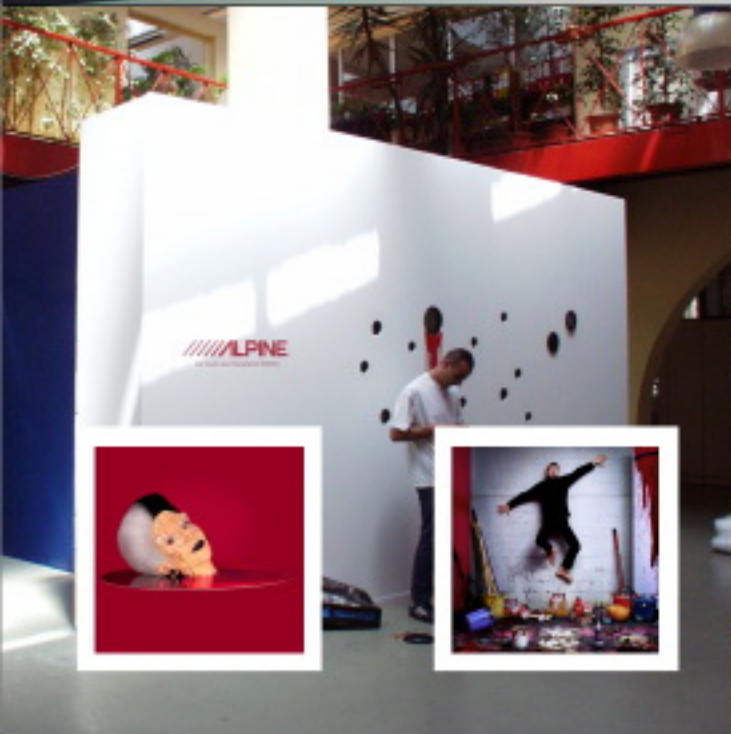
LE DUE "PRESENZE" SONO RESE MOLTO RICONOSCIBILI ATTRAVERSO DUE COLORI: IL PRUGNA E IL VERDE, POI DECLINATI NELLE RISPETTIVE TONALITÀ FLUORESCENTI. IL PRIMO VUOLE SOTTOLINEARE LA SENSUALITÀ E IL MONDO INTERIORE DI PEGGY, IL SECONDO L'ESTREMIZZAZIONE DEI COLORI CHE IL NOSTRO OCCHIO È ABITUATO A VEDERE (ENERGIA LIBERATA, CREATIVITÀ, ECC.). L'INSTALLAZIONE È CARATTERIZZATA PRINCIPALMENTE DA TRE ELEMENTI: IL VIDEO, IL FILO E IL DIAFRAMMA LUMINOSO. IL VIDEO PER DARE UN'ANIMA ALLA PRESENZA DI PEGGY (VOCE, IMMAGINE, PAROLA), IL FILO PER PORTARE L'ENERGIA DI PEGGY FINO AL NOSTRO OLTRE E IL DIAFRAMMA PER MATERIALIZZARE LA REALTÀ PERCEPIBILE DI QUESTA DOPPIA DIMENSIONE.

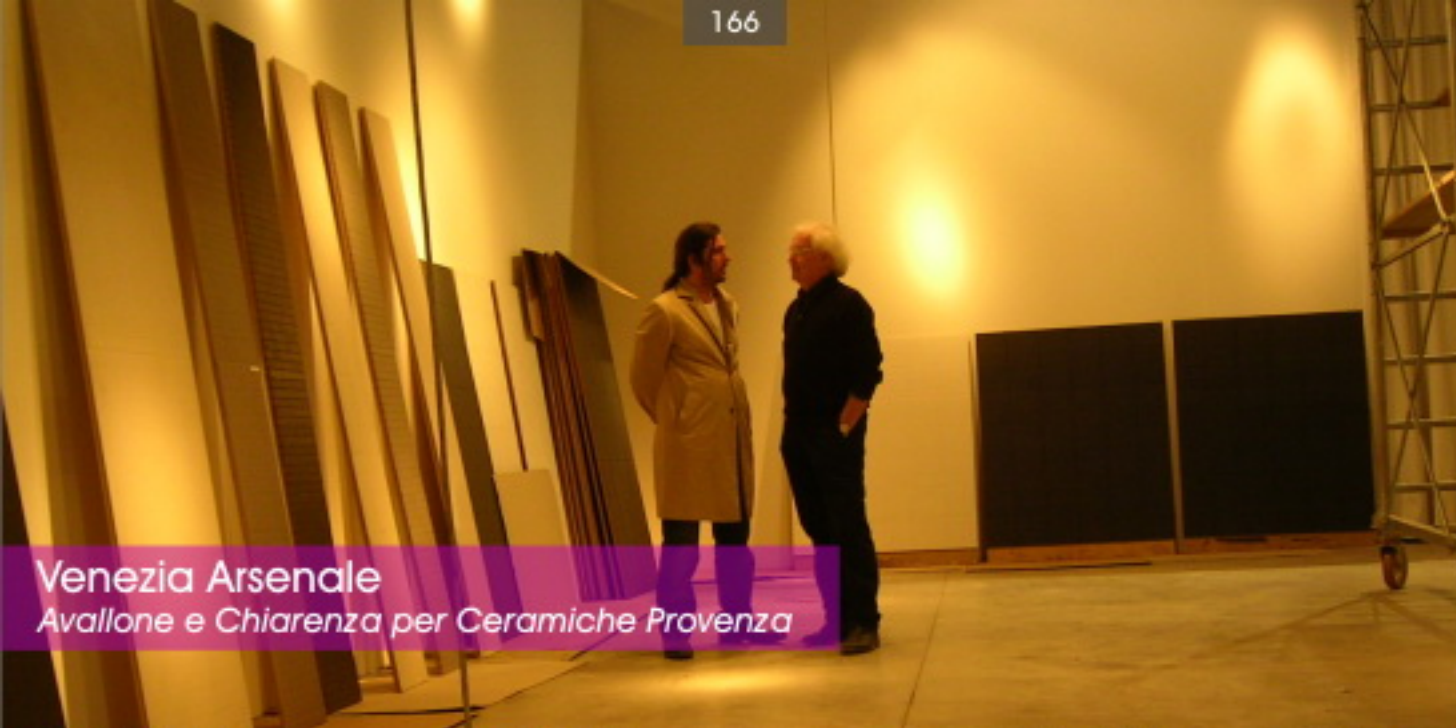


Peggy & Beyond
con IED Milano per Guggenheim Collection

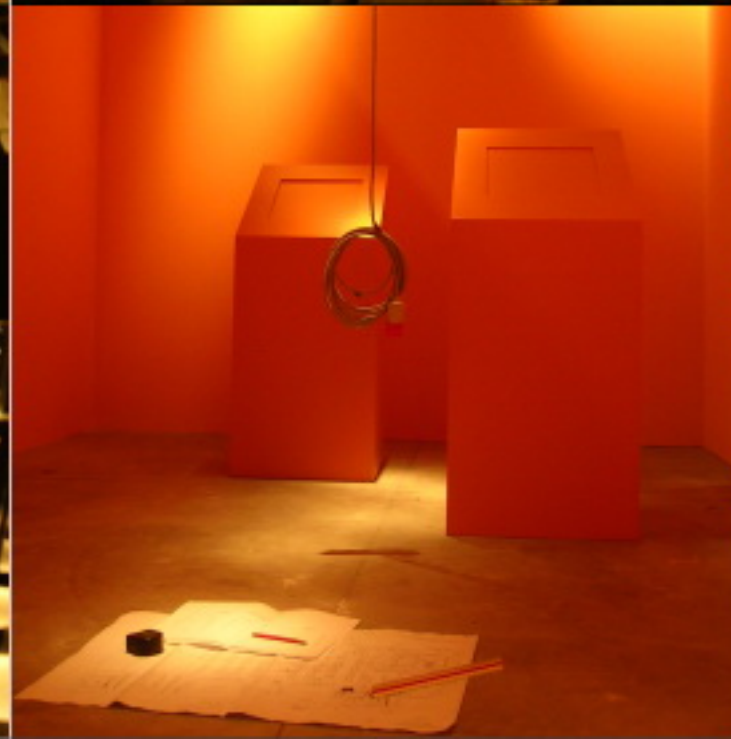


Alpine Collection
per De Agostini Periodici - Carnet





Venezia Arsenale
Avallone e Chiarenza per Ceramiche Provenza





13

NEGOZI & AMBIENTAZIONI

SHOWROOMS

BARNA 121

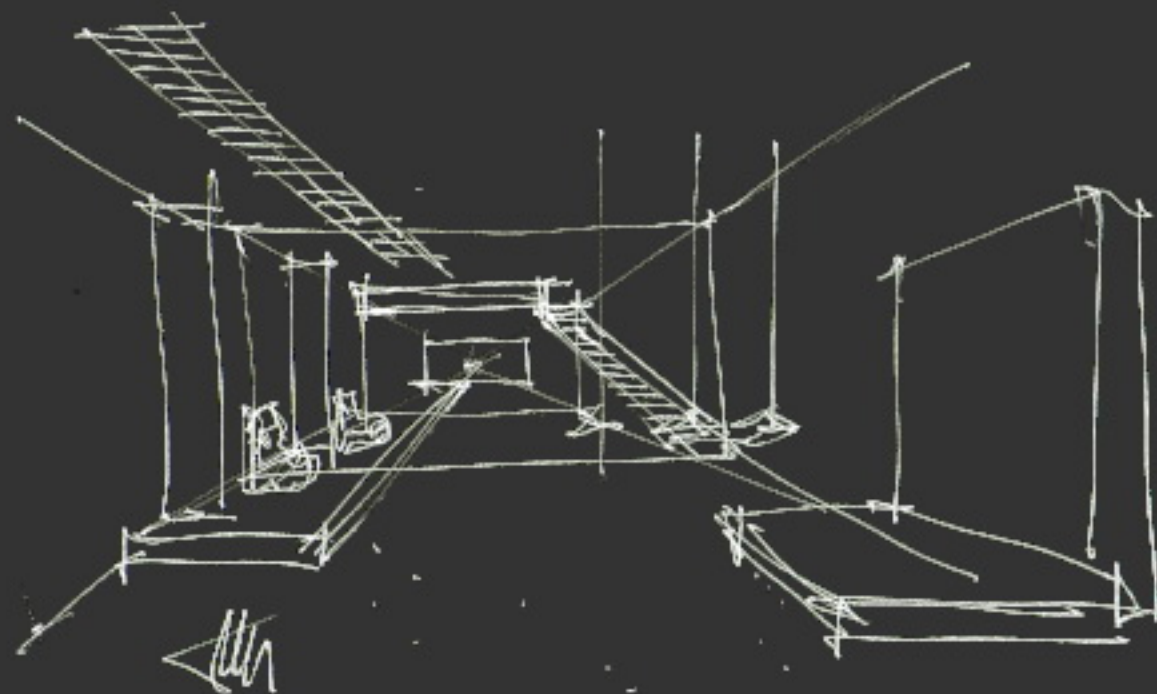
BARNA 121 È IL PROGETTO PER UN GRANDE "SHOWROOM" NELLA ZONA CENTRALE DI BARCELONA, ACQUISITO DI RECENTE DA CERAMICHE PROVENZA.

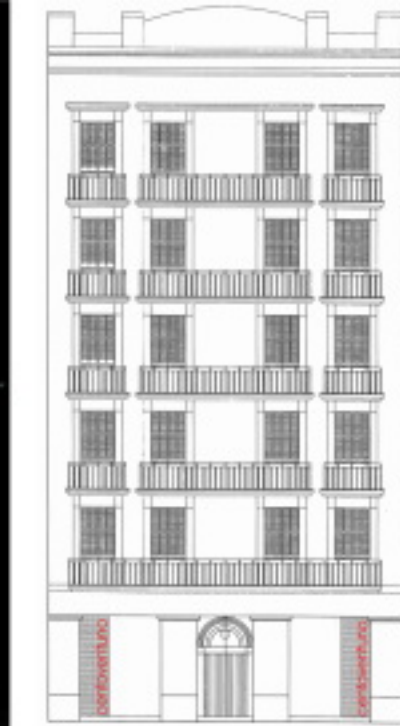
L'IDEA DI PARTENZA DELLA PROPRIETÀ È STATA QUELLA DI STIPULARE UN ACCORDO CON ALCUNE GRANDI AZIENDE ITALIANE DI DESIGN PER LA CONDIVISIONE DI QUESTO SPAZIO-ESPOSITIVO, IN MODO CHE ARREDI, OGGETTI E ACCESSORI PER LA CASA VIVESSERO ASSIEME AL PRODOTTO CERAMICA CON RECIPROCA E SINERGICA VALORIZZAZIONE DEL PROPRIO MARCHIO ALL'INSEGNA DEL "MADE IN ITALY".

OLTRE AI DELICATI INTERVENTI TECNICI NECESSARI PER IL RECUPERO DELLO SPAZIO (RISTRUTTURAZIONE GENERALE, RINNOVO E MESSA A NORMA DEGLI IMPIANTI, RIFACIMENTO DEL PATIO, ECC.), IL NOSTRO PROGETTO SI È OCCUPATO DI COME ESPORRE LE PIASTRELLE NEL MODO MENO TRADIZIONALE POSSIBILE OVVERO AMBIENTANDOLE NELLE AREE DEDICATE AI PRODOTTI DI DESIGN E COLLOCANDO GRAN PARTE DEL VASTO CATALOGO IN PANNELLI A SCOMPARSA LUNGO LE PARETI LONGITUDINALI. PER LO SPAZIO CENTRALE SONO STATI POI PREVISTI UN ANGOLO BAR, UNA SALA DI CONSULTAZIONE MULTIMEDIALE E UN'AREA HAPPENING PER EVENTI DI INTRATTENIMENTO CULTURALE E PER ESPOSIZIONI TEMPORANEE "A TEMA".

IL REPARTO AMMINISTRATIVO E DI ARCHIVIO È STATO COLLOCATO A UN LIVELLO SUPERIORE, IN UN SOPPALCO A DOPPIO AFFACCIO RIVOLTO SIA VERSO L'ENTRATA CHE VERSO LO SPAZIO CENTRALE.

IN POCHI MESI LO SHOWROOM, ANCHE GRAZIE AD UNA INTELLIGENTE PROGRAMMAZIONE DI MANIFESTAZIONI COLLATERALI MIRATE, È DIVENTATO UN POPOLARISSIMO PUNTO DI RIFERIMENTO PER I DESIGNER E PER I GIOVANI CREATIVI DELLA CITTÀ.







Design in Arsenale
per Ceramiche Provenza

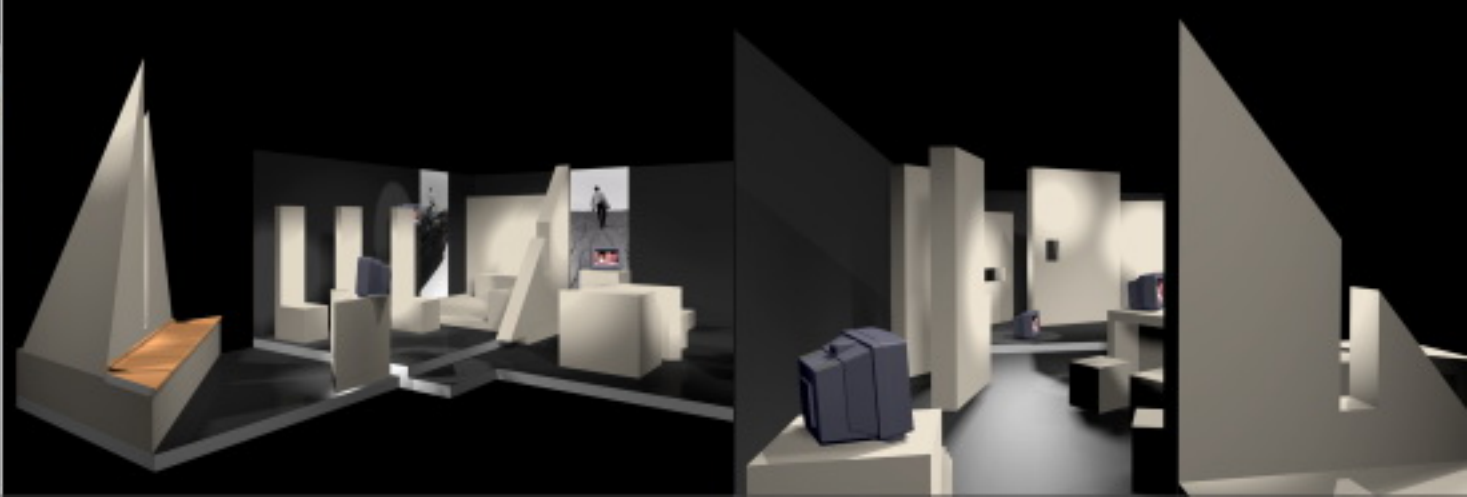


Storie di Terra
per Ceramiche Provenza





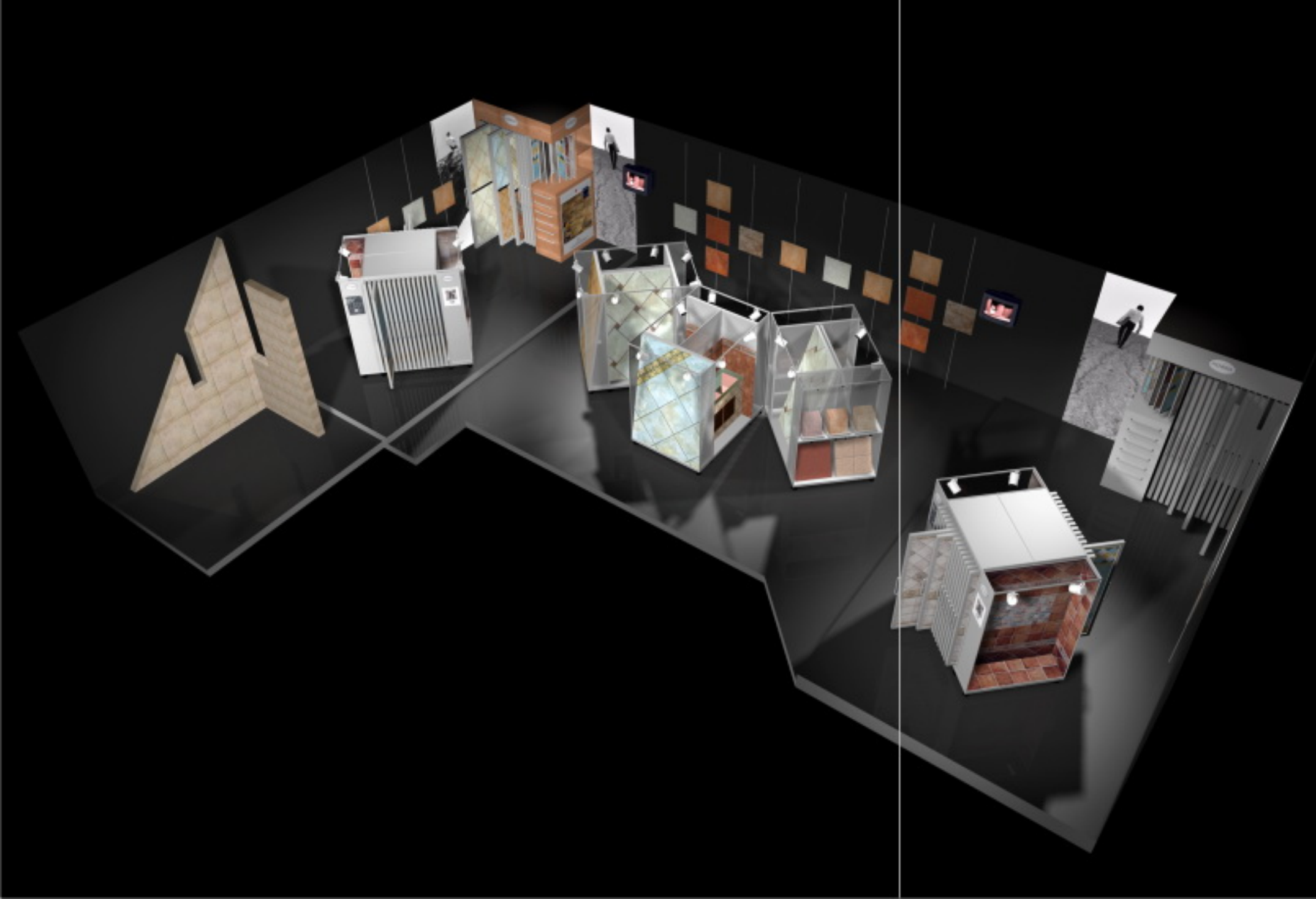
Erica Ceramiche
Sala mostra



14

MODULI ESPOSITIVI

DISPLAY DESIGN



EXIBIT DI PRODOTTO. VINCOLI E OPPORTUNITÀ

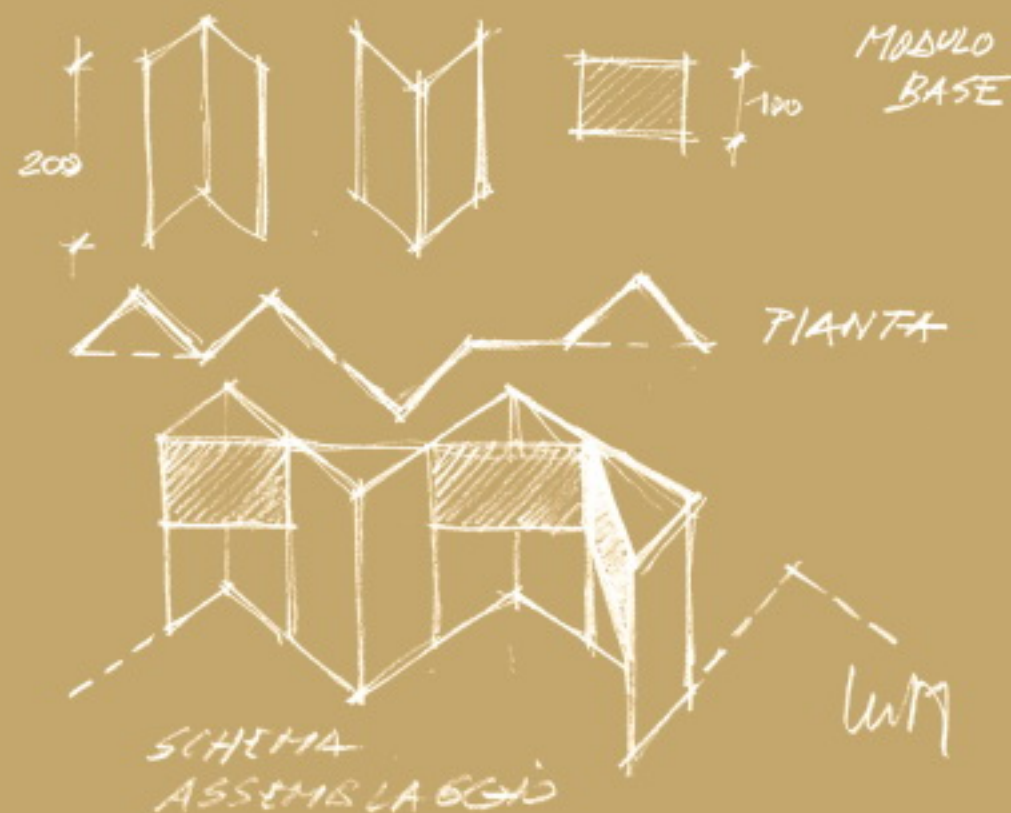
TRA LE VARIE ATTIVITÀ COLLATERALI DI SUPPORTO AL MARKETING E ALLA COMUNICAZIONE AZIENDALE, UN IMPEGNO NON MARGINALE VA DEDICATO ALLO STUDIO E ALLA PROGETTAZIONE DI ELEMENTI ESPOSITIVI E SEGNALETICI, TOTEM, BANNER, DISPLAY E IN GENERALE DI TUTTO CIÒ CHE RIGUARDA IL "VISUAL DESIGN" INTENDENDO CON QUESTO TUTTE LE COMPONENTI ACCESSORIE, INDISPENSABILI NON SOLO ALLA STANDISTICA E ALLA VETRINISTICA MA ANCHE AI DESK POINT, ALLE AREE DEMO, AGLI INFO CENTER, ECC.

È QUESTO UN AMBITO PROGETTUALE CHE LASCIA MOLTO SPAZIO ALLA RICERCA, ALLA SPERIMENTAZIONE E AI TEST SUI NUOVI MATERIALI, SOPRATTUTTO IN FUNZIONE DELL'OTTIMIZZAZIONE DI ALCUNI VINCOLI PRIORITARI QUALI LA MODULARITÀ E LA TRASPORTABILITÀ.

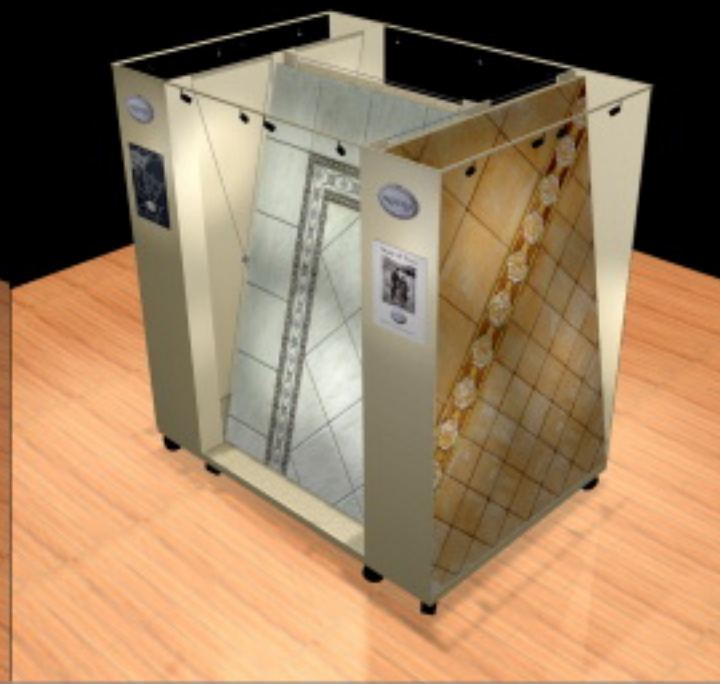
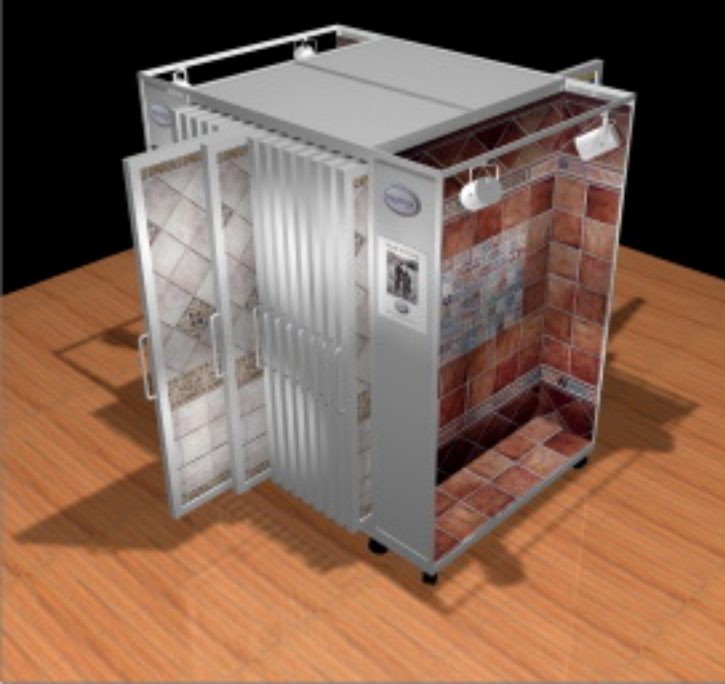
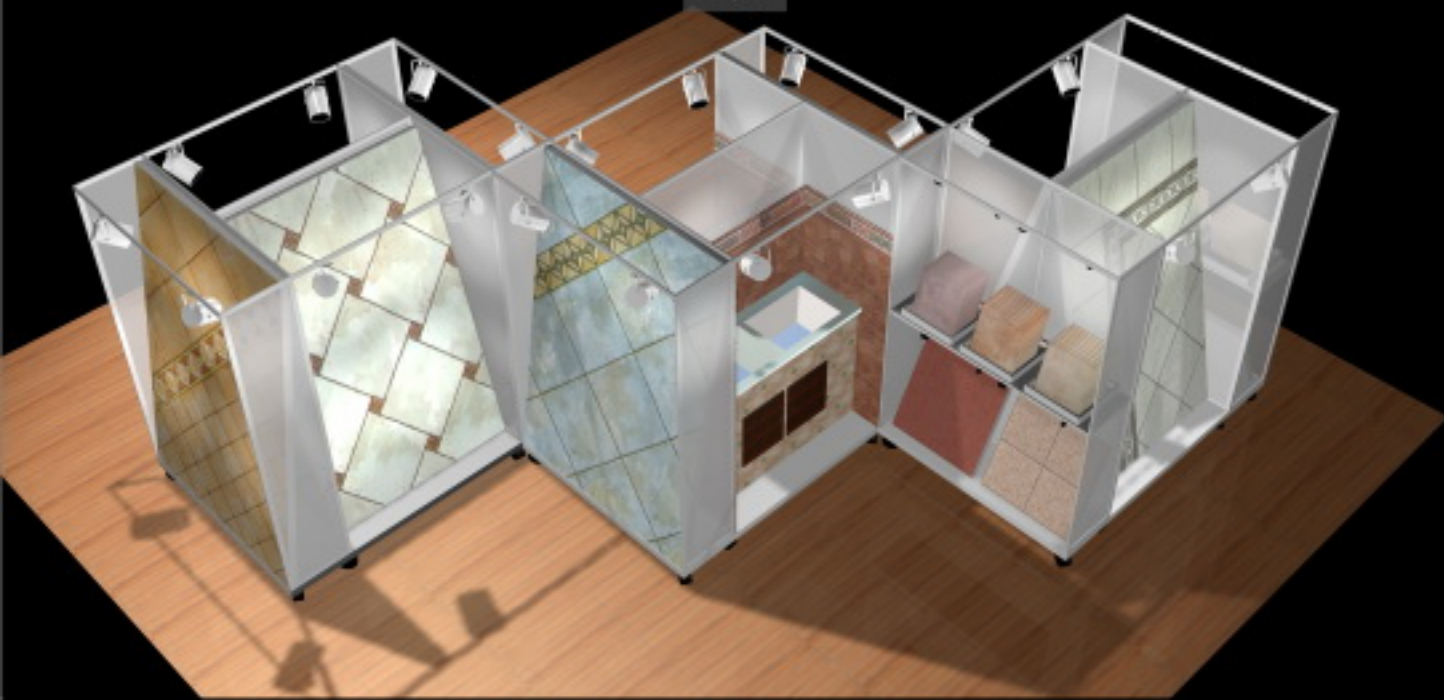
CI PIACE QUI CITARE UN SISTEMA ESTREMAMENTE SEMPLICE ED ECONOMICO DA NOI STUDIATO, E OFFERTO, ALLO SPAZIO ESPOSITIVO DELL'ORCHESTRA "GIUSEPPE VERDI" DI MILANO PER GESTIRE AUTONOMAMENTE LA POSSIBILITÀ DI OSPITARE MOSTRE.

SI TRATTA DI UNA SERIE DI PANNELLI LEGGERI E MODULARI, DI SCARSO INGOMBRO E DI FACILE ASSEMBLAGGIO, ABBINABILI SECONDO I PIÙ SVARIATI SCHEMI DI PERCORSO.

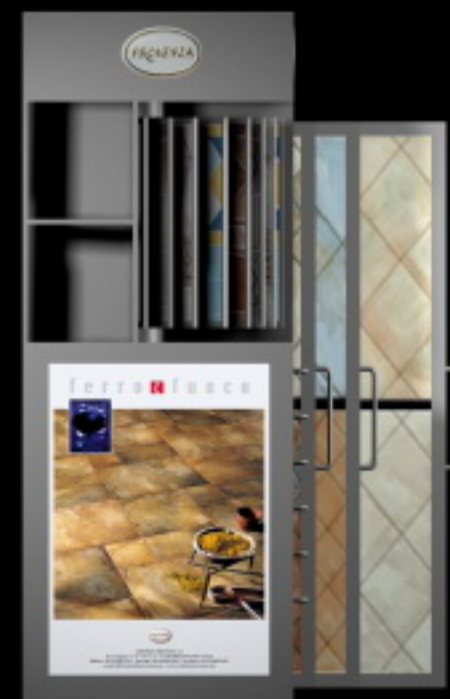
QUESTO SISTEMA È STATO UTILIZZATO PER UN PROGETTO LEGATO ALLE CELEBRAZIONI IN ONORE DI GUGLIELMO MARCONI (VEDI PAG. 258).



182



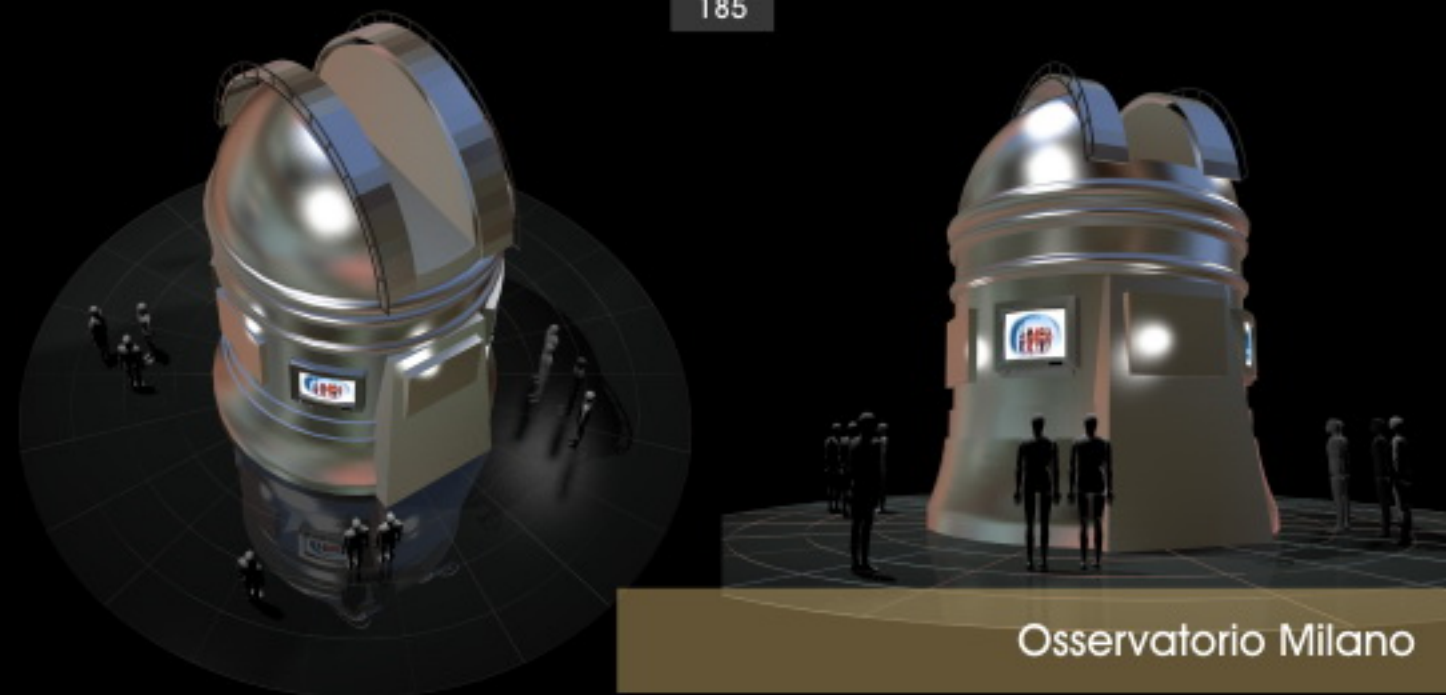
183



Ceramiche Provenza
Studio espositori



Cabina SONY



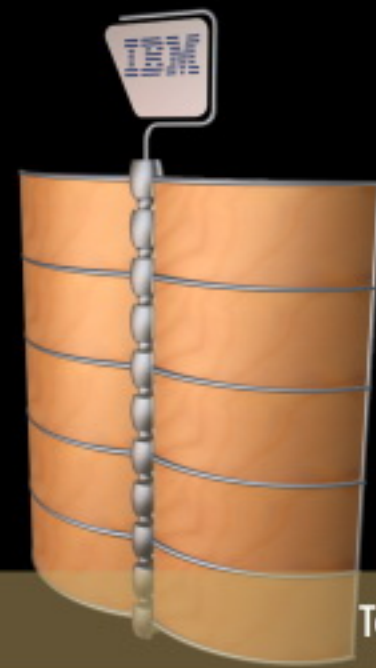
Osservatorio Milano



Vetrina Leo Cut



Totem IBM





Comune di Milano
Info-Point Linate



Comune di Milano
Videoarredo urbano

15

PROGETTI GRAFICI

GRAPHIC DESIGN



www.ceramicheprovenza.com

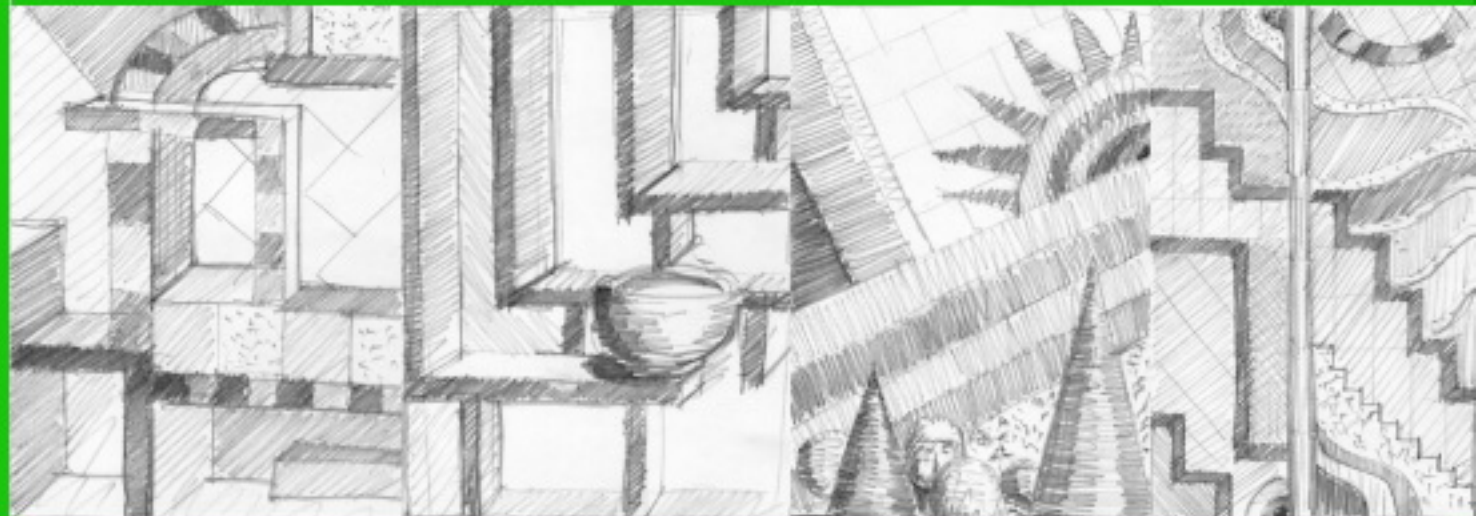
IMMAGINE, SEGNO, DISEGNO

CORPORATE IDENTITY, LOGHI, INVITI, REPORT, BROCHURE, SITI WEB, CATALOGHI...

SONO PRESSOCHÈ INFINITI I CAMPI DI APPLICAZIONE NELLA PROGETTAZIONE DI SUPPORTI GRAFICI PER LE AZIENDE ED È CONSIGLIABILE NON TRASCURARE QUESTO AMBITO DATO IL SUO VALORE ALTAMENTE STRATEGICO, SIA SUL PIANO DELLA COMPLETEZZA DEL SERVIZIO CHE SU QUELLO DI UN MAGGIOR CONTROLLO DELLA COERENZA E OMOGENEITÀ "DI SEGNO" RISPETTO AL PROPRIO SPECIFICO DI COMUNICAZIONE E/O DI SPETTACOLARIZZAZIONE. MA ESISTONO ALTRI NUMEROSI "TERRITORI" ASSAI MERITEVOLI DI INDAGINE PER CHI NON DISDEGNA CIMENTARSI IN QUESTO CAMPO. AD ESEMPIO QUELLO A NOI CARO E FAMILIARE DELLE LOCANDINE E DEI MANIFESTI PER IL TEATRO, DOVE LA CAPACITÀ CREATIVA DEL GRAFICO DEVE MISURARSI CON LA NECESSITÀ DI OTTENERE LA MASSIMA SINTESI VISIVA E NELLO STESSO TEMPO COGLIERE E INTERPRETARE IN PROFONDITÀ L'ESSENZA E LO SPIRITO DELLO SPETTACOLO.

POI C'È DA ESPLORARE TUTTO IL FILONE, VASTISSIMO, DELL'ILLUSTRAZIONE E DELLA DECORAZIONE.. È BELLO DIVERTIRSI TUFFANDOSI A RUOTA LIBERA IN QUESTO "OCEANO" DI POSSIBILI APPLICAZIONI TUTTE DA SCOPRIRE.

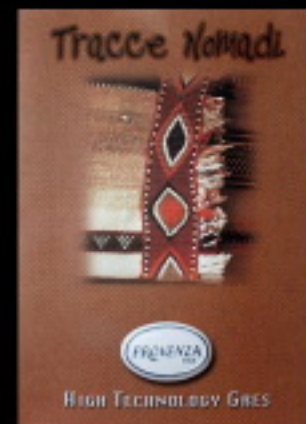
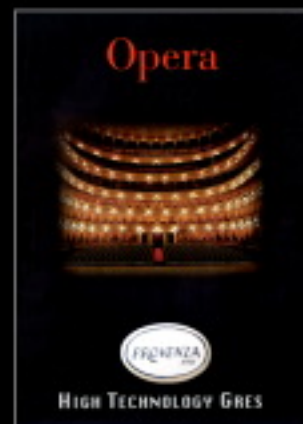
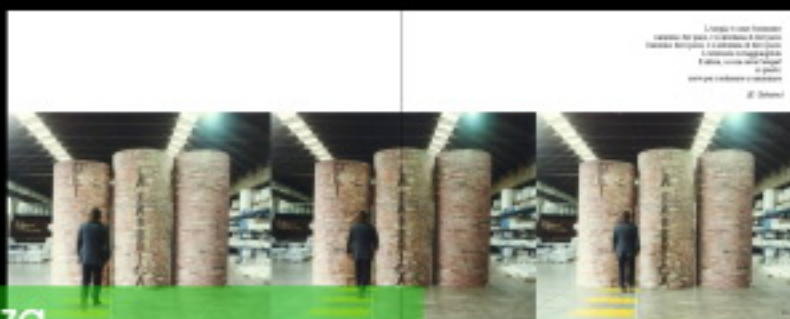
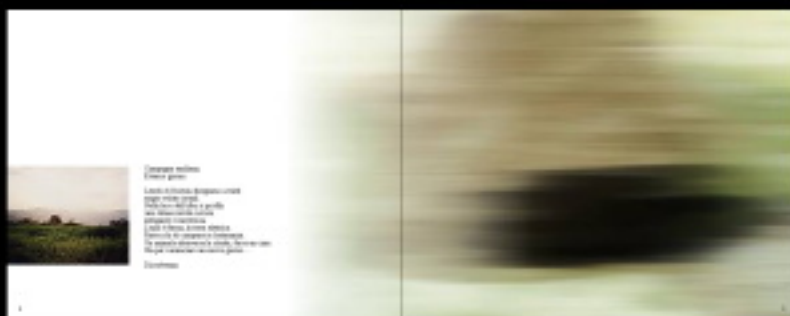
QUI SOTTO ALCUNI ESEMPI TRATTI DA UN NOSTRO VOLUMETTO DI SCHIZZI PREPARATORI PER GRANDI AMBIENTAZIONI CERAMICHE IN "TROMPE L'OEIL".





PROGETTO PROVENZA

NATURA DA CALPESTARE



Mantova Multicentre

Logo e Brochure



Realizzato a cura dell'ufficio stampa della Camera di Commercio di Mantova
Autore: Studio d'architettura e design di riferimento di Mantova
Traduzione di: Studio d'architettura e design di riferimento di Mantova
Disegno: Studio d'architettura e design di riferimento di Mantova
Disegno: Studio d'architettura e design di riferimento di Mantova

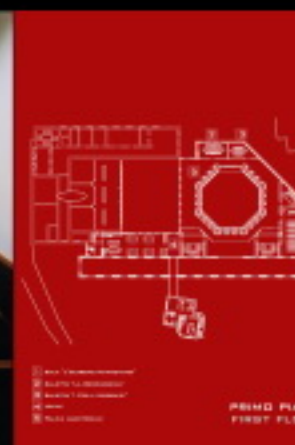


I nomi volti del Mantova Multicentre
The Mantova Multicentre and its many faces

Il Mantova Multicentre è un centro congressi che si trova nel cuore della città di Mantova. È un luogo dove si possono organizzare eventi di ogni tipo, dalla conferenza alla festa. Il centro è composto da diverse sale, ognuna con caratteristiche uniche. Le sale sono dotate di attrezzature moderne e confortevoli. Il centro è anche un luogo dove si possono organizzare eventi di ogni tipo, dalla conferenza alla festa. Il centro è composto da diverse sale, ognuna con caratteristiche uniche. Le sale sono dotate di attrezzature moderne e confortevoli.

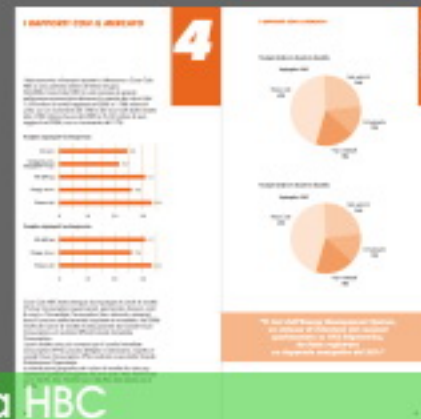


CENTRO CONGRESSI
CONGRESS CENTRE

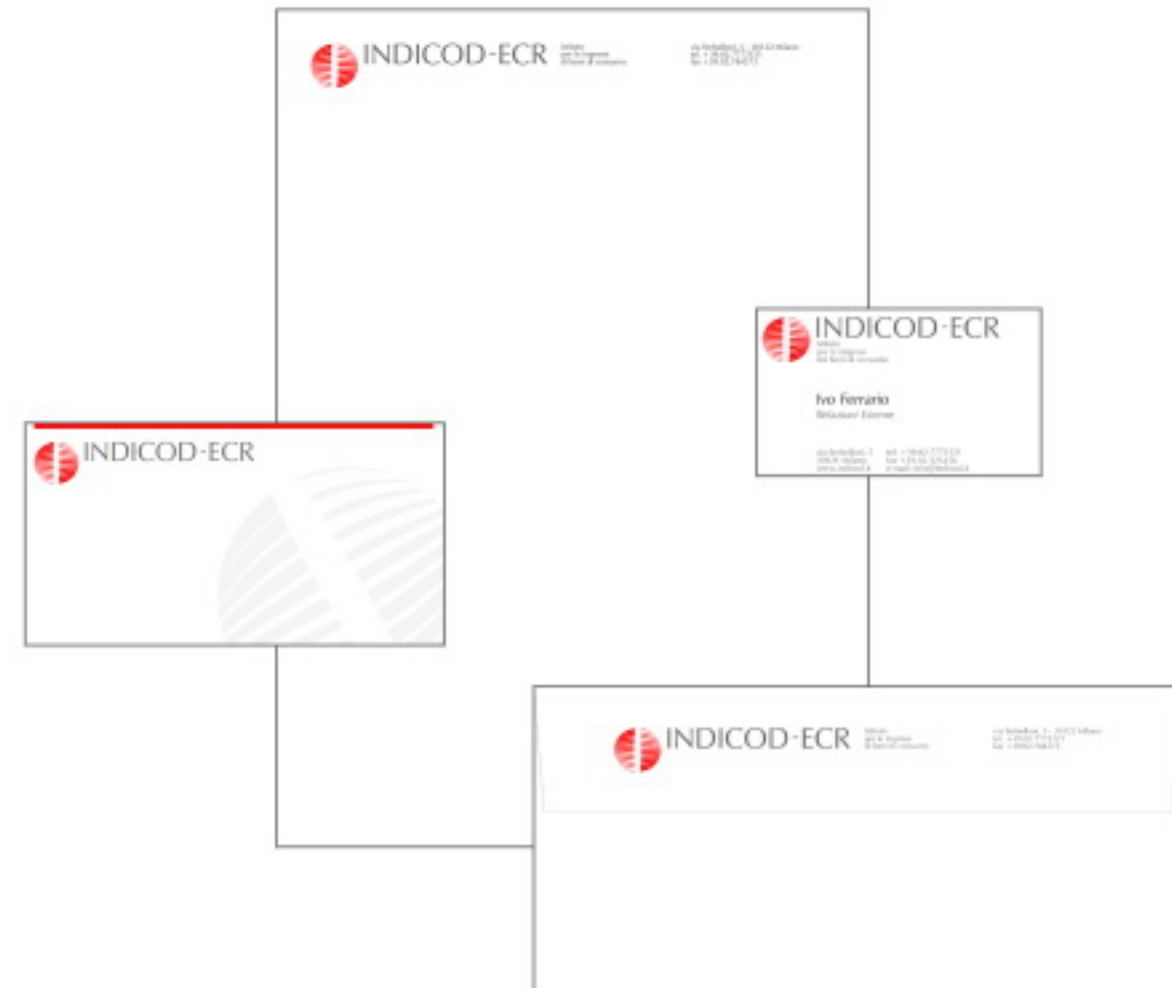


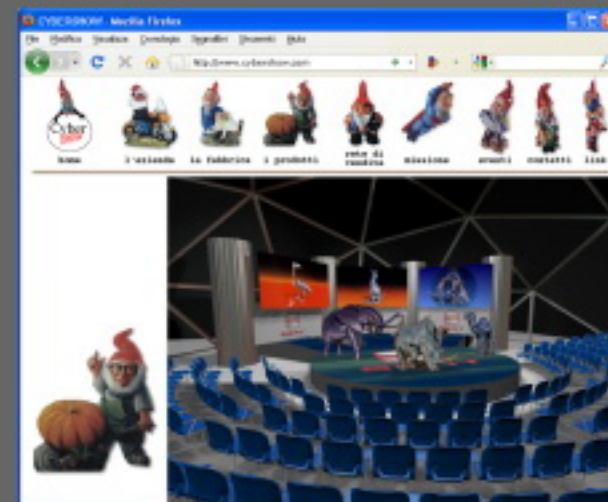
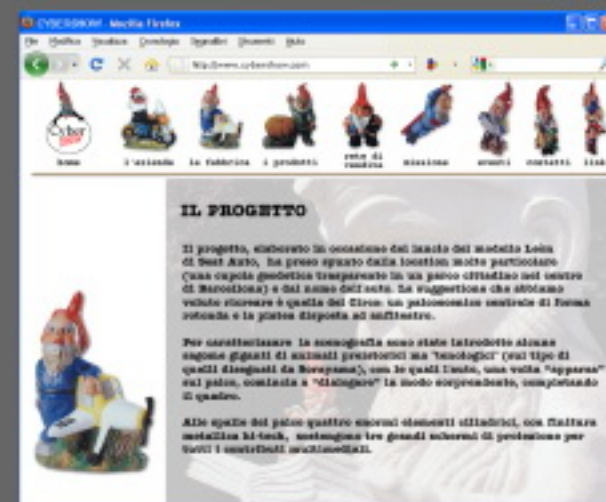
De Agostini Periodici
Inviti - Locandine - Programmi

[illegible]



INDICOD-ECR

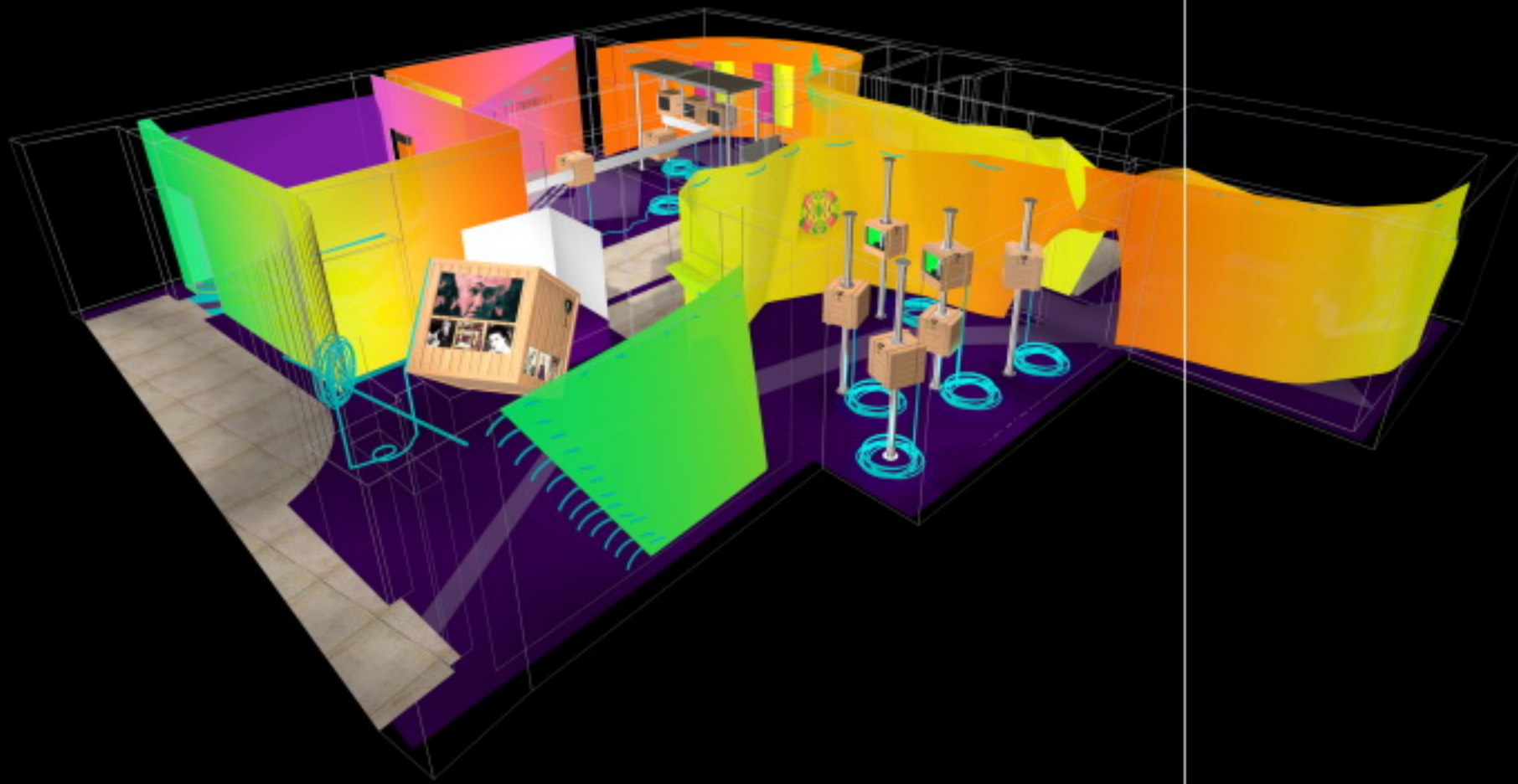




16

GRAFICA 3D

3D COMPUTER GRAPHICS



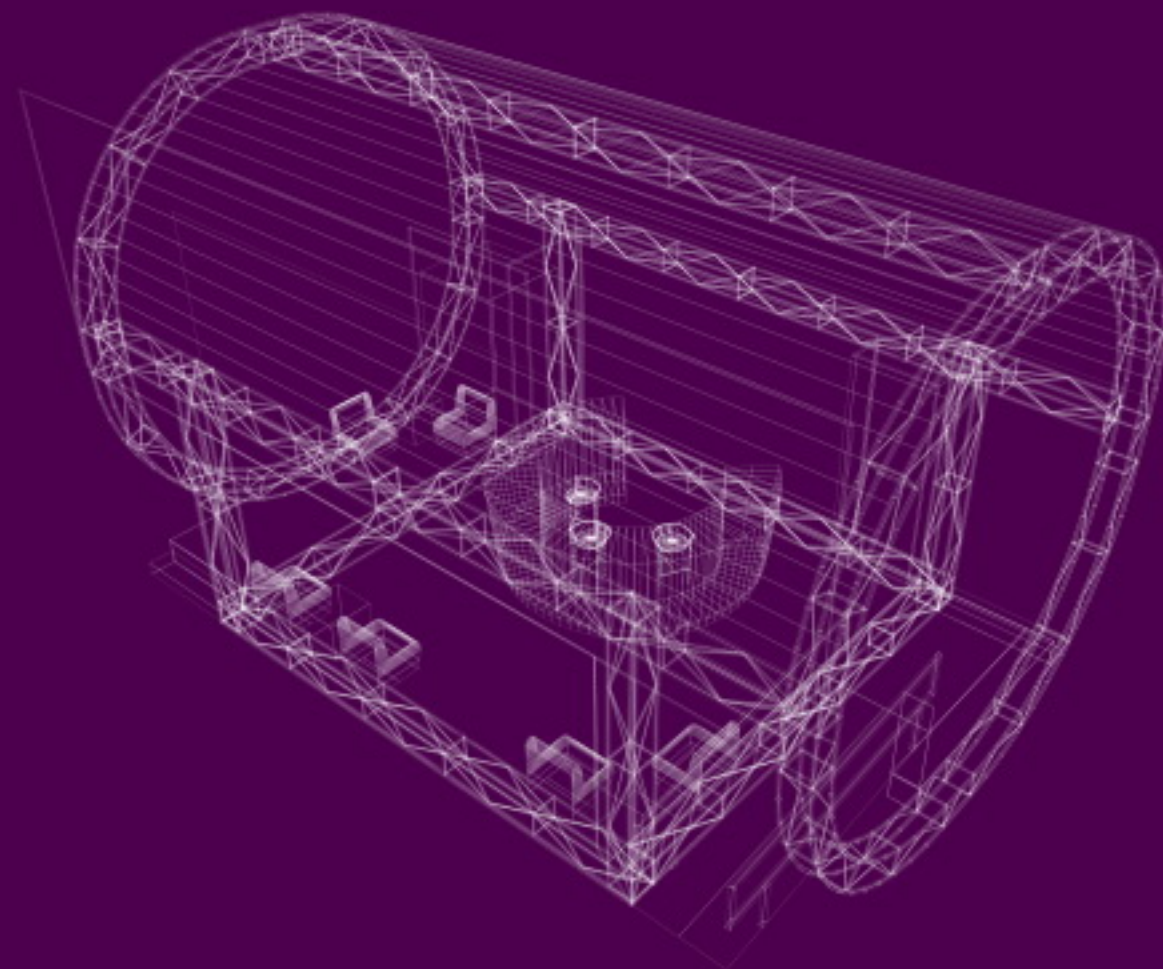
ARTE DELLA RAPPRESENTAZIONE

LA VISUALIZZAZIONE TRIDIMENSIONALE DI QUALSIASI PROGETTO, SOPRATTUTTO SE ESEGUITA CON PROGRAMMI DI ULTIMA GENERAZIONE E ACCOMPAGNATA DA UN PRECISO E ATTENTO LAVORO SULLE LUCI, CONSENTE DI OTTENERE RISULTATI GRAFICI DI ASSOLUTA ECCELLENZA E COSTITUISCE ORMAI, COINCIDENTE COM'È CON UNA PIÙ CHE FEDELE SIMULAZIONE DELLA REALTÀ, UN SUPPORTO MOLTO IMPORTANTE NELLE PRESENTAZIONI AL CLIENTE, ADDIRITTURA IMPRESCINDIBILE IN CASO DI GARA.

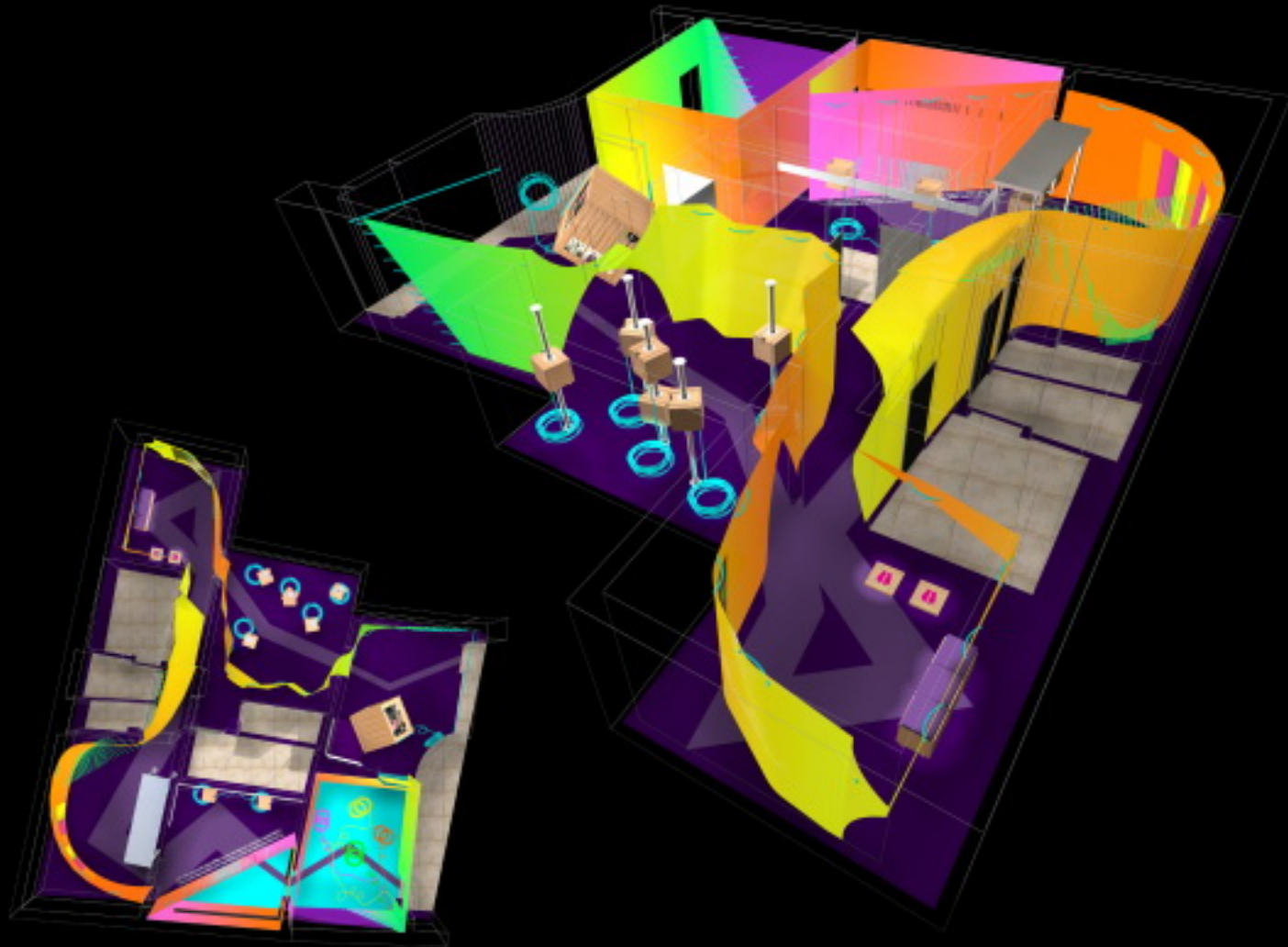
UN BUON RENDERING COSTITUISCE PRIMA DI TUTTO UNA SORTA DI BANCO DI PROVA DELLE PROPRIE ATTITUDINI CREATIVE, IN QUANTO RIASSUME IN UNA FORMA TUTT'ALTRO CHE ASTRATTA LA VERA ESSENZA, "L'ANIMA" DEL PROGETTO E LA FORZA DELLA SUA INTUIZIONE ORIGINARIA. SI PUÒ DIRE CHE SI AVVICINA, PER CAPACITÀ DI SINTESI, A CIÒ CHE UN TEMPO ERA, CERTO CON PIÙ POESIA MA ALLO STESSO MODO E CON PARI EFFICACIA, LO SCHIZZO A MANO LIBERA. MA È ANCHE UN UTILISSIMO STRUMENTO PRELIMINARE DI VERIFICA DELLA QUALITÀ DELLE IDEE MESSE IN CAMPO, NONCHÉ DI TUTTI QUEI PARTICOLARI CHE SOLITAMENTE SFUGGONO SULLA CARTA E SI PALESANO SOLO IN FASE DI REALIZZAZIONE.

IL PASSAGGIO OBBLIGATO PER ARRIVARE ALLA DEFINIZIONE IN DETTAGLIO DI OGNI RICOSTRUZIONE IN 3D, MA ANCHE LO STEP PIÙ DIFFICILE E DELICATO, È LA REALIZZAZIONE DEL "MODELLO".

UN MOMENTO MAGICO NEL PERCORSO DI PROGETTAZIONE CHE FINALMENTE "MOSTRA", RACCHIUSO IN UNA GABBIA DI LINEE COMPLESSE MA PROPRIO PER QUESTO AFFASCINANTI, MOLTO DI PIÙ DELLO "SCHELETRO" DI UN PROGETTO.



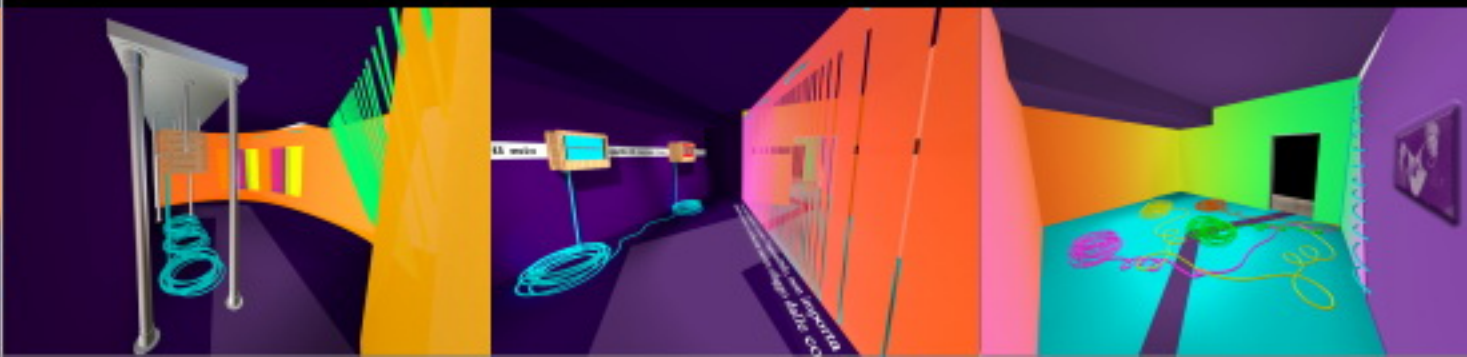
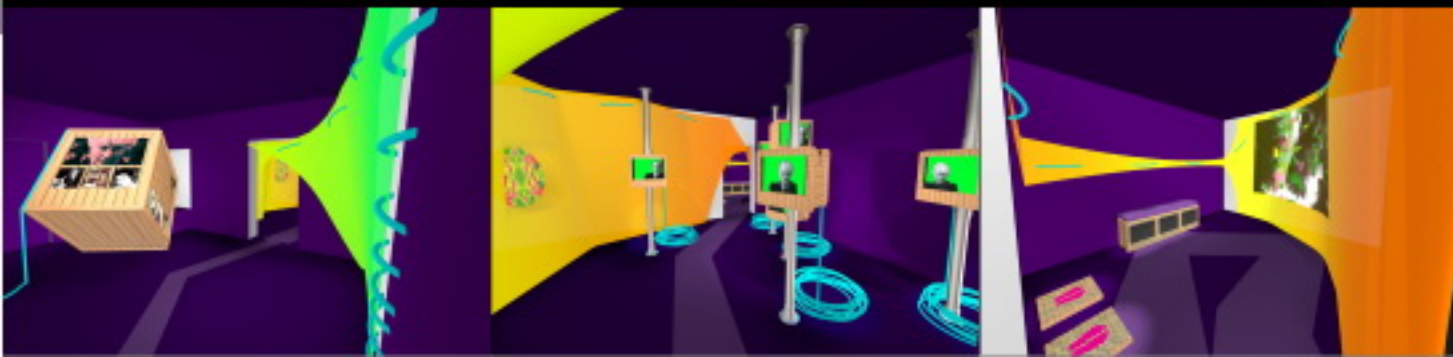
206

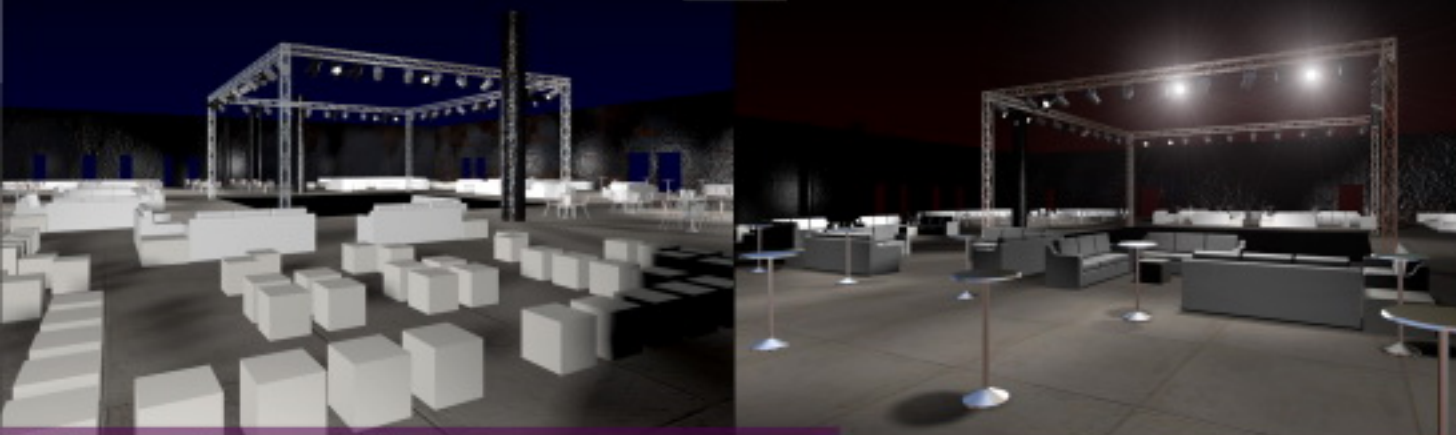


207

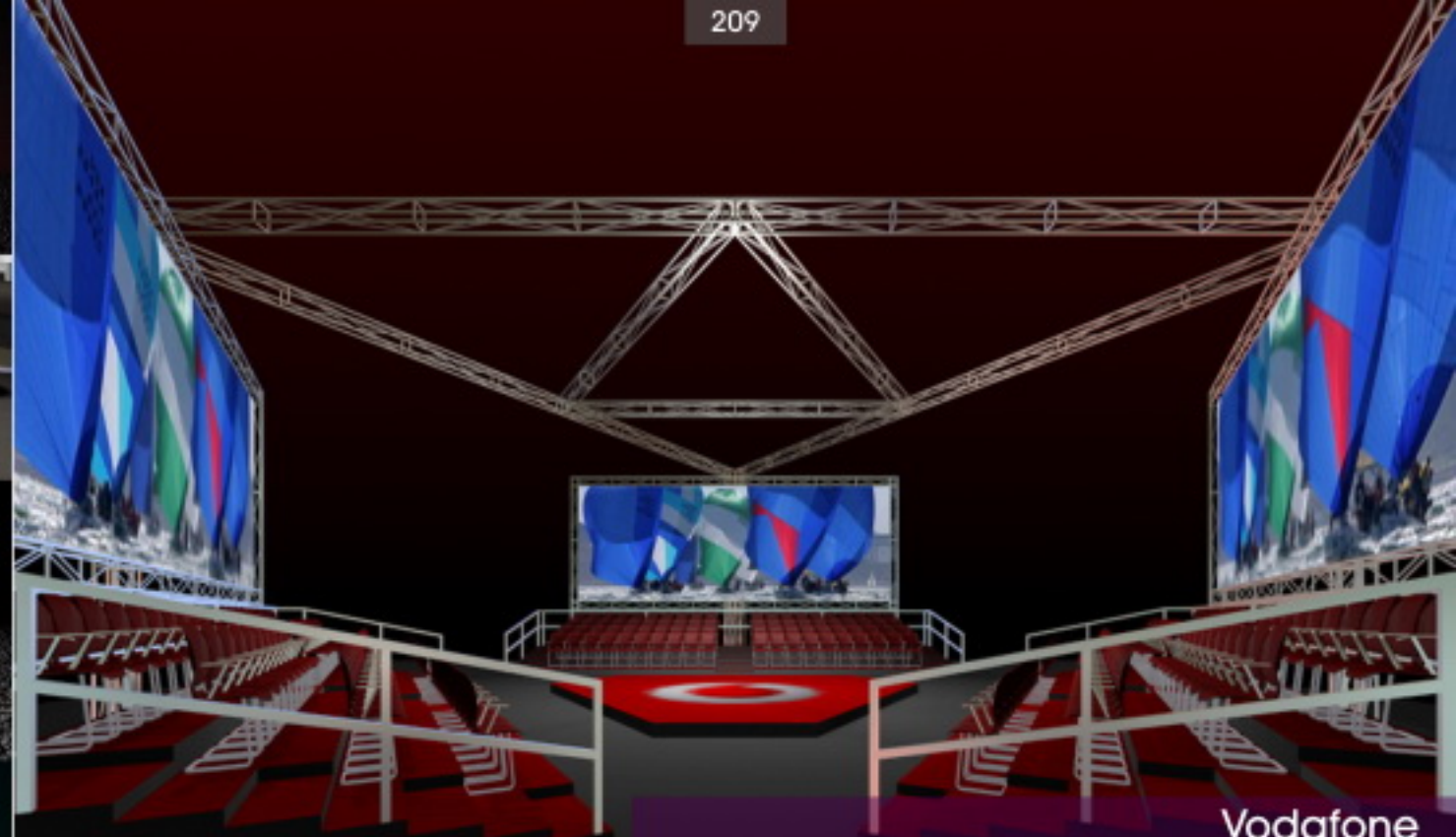


Peggy & Beyond
Visualizzazione "Stanze"

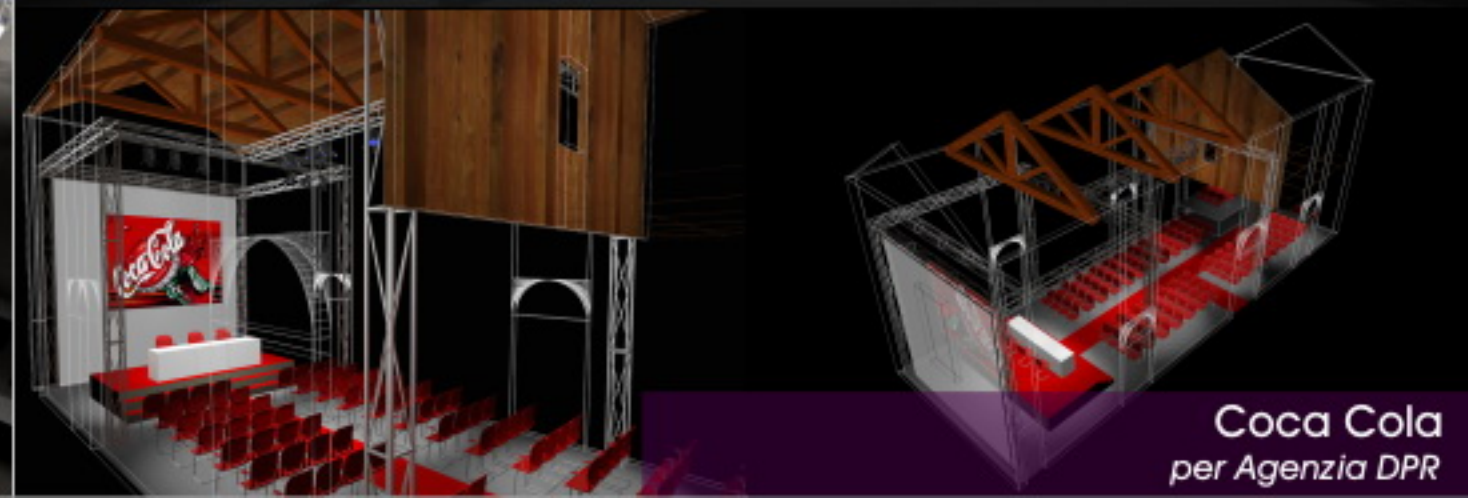




PricewaterhouseCoopers
Festa di Natale - Superstudio+



Vodafone
progetto Cheng-Chih Ti per Agenzia IMPACT



Coca Cola
per Agenzia DPR

210

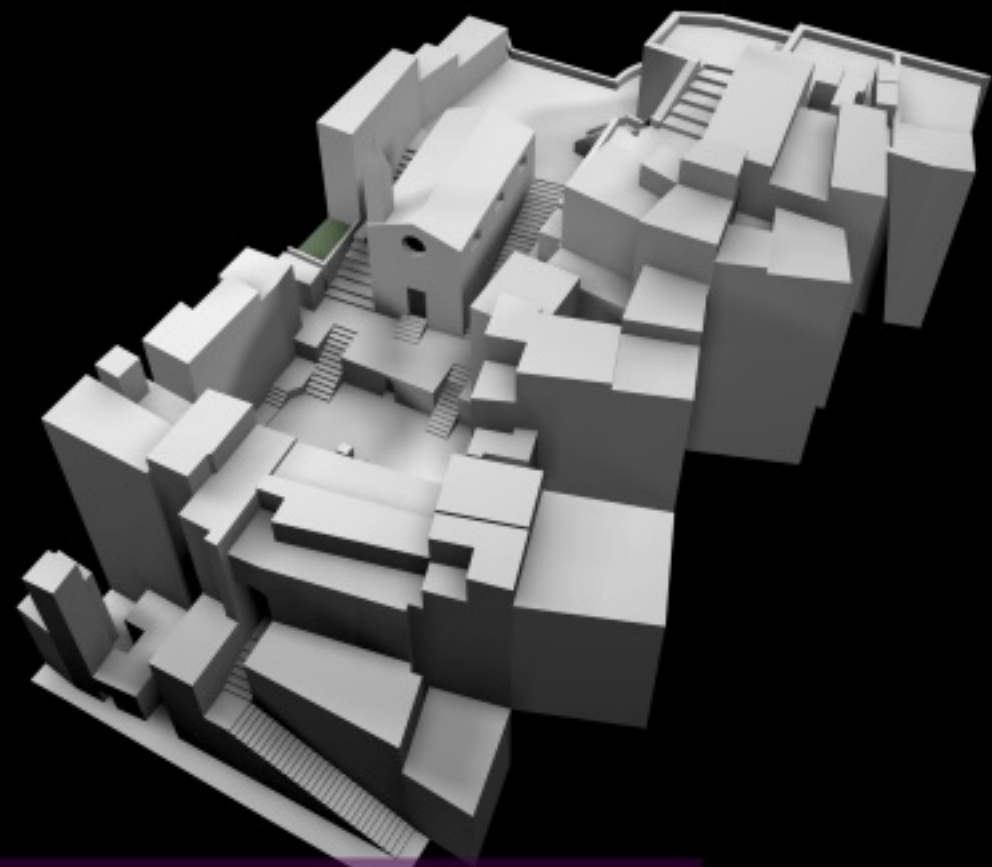


211

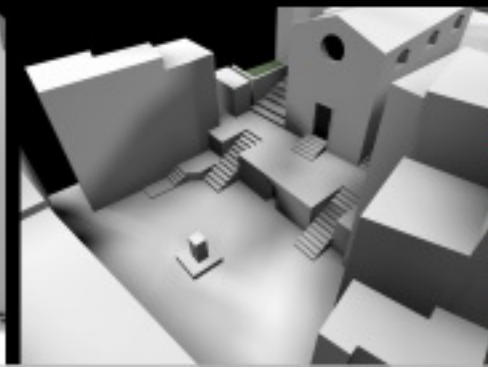
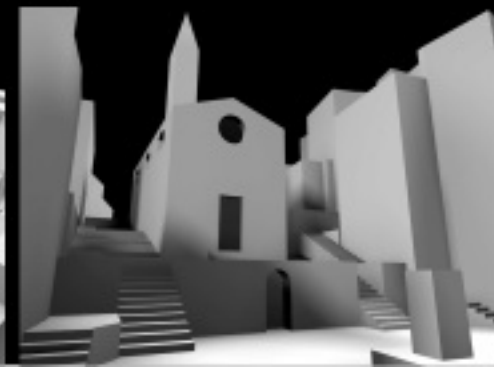
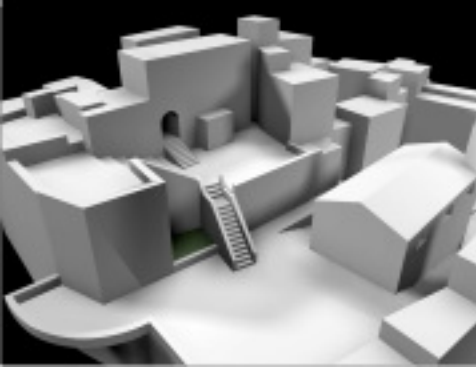


Ceramiche Provenza
La Fabbrica dei Sogni

212



Comune di Corniglia
Centro storico

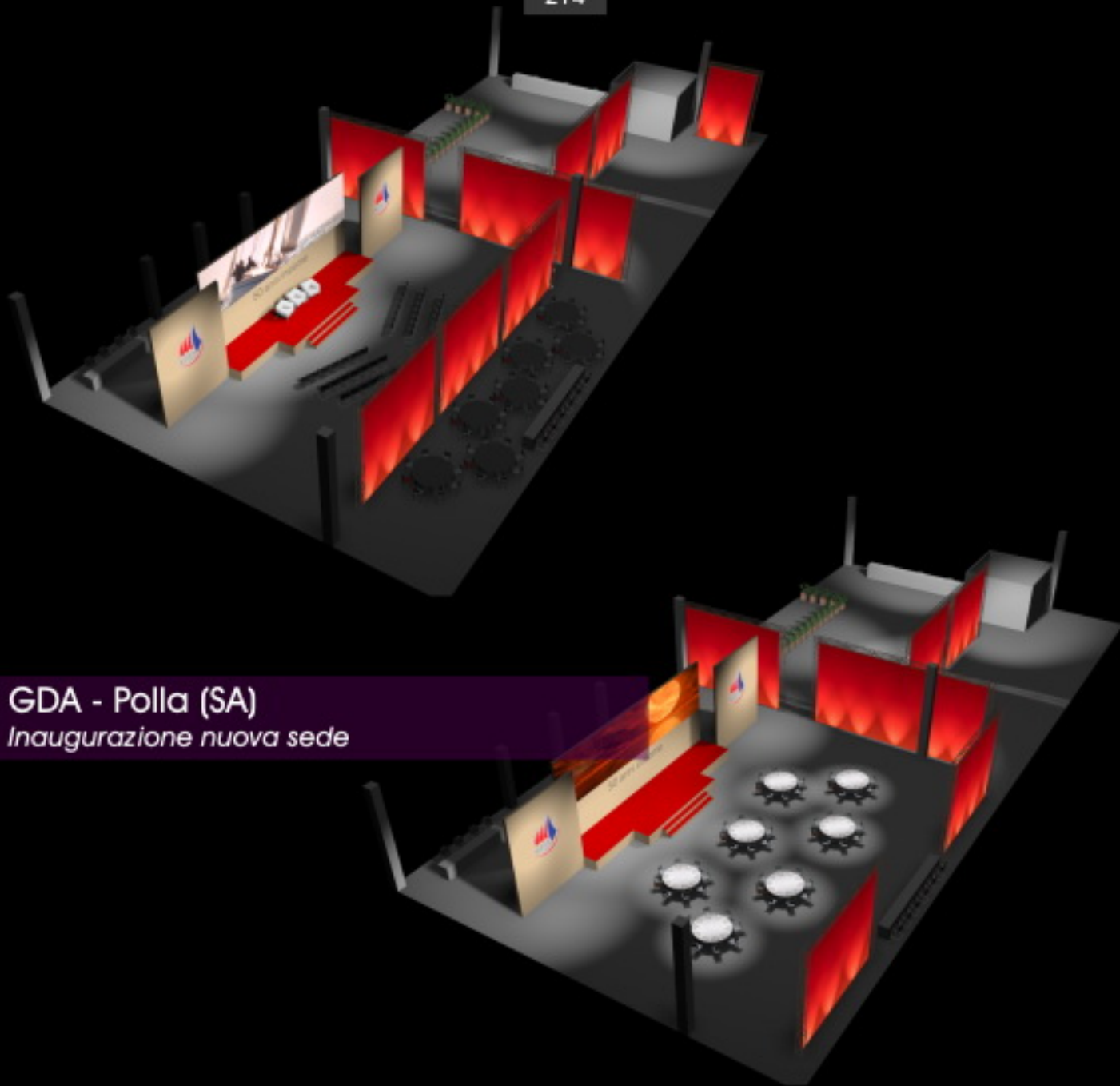


213

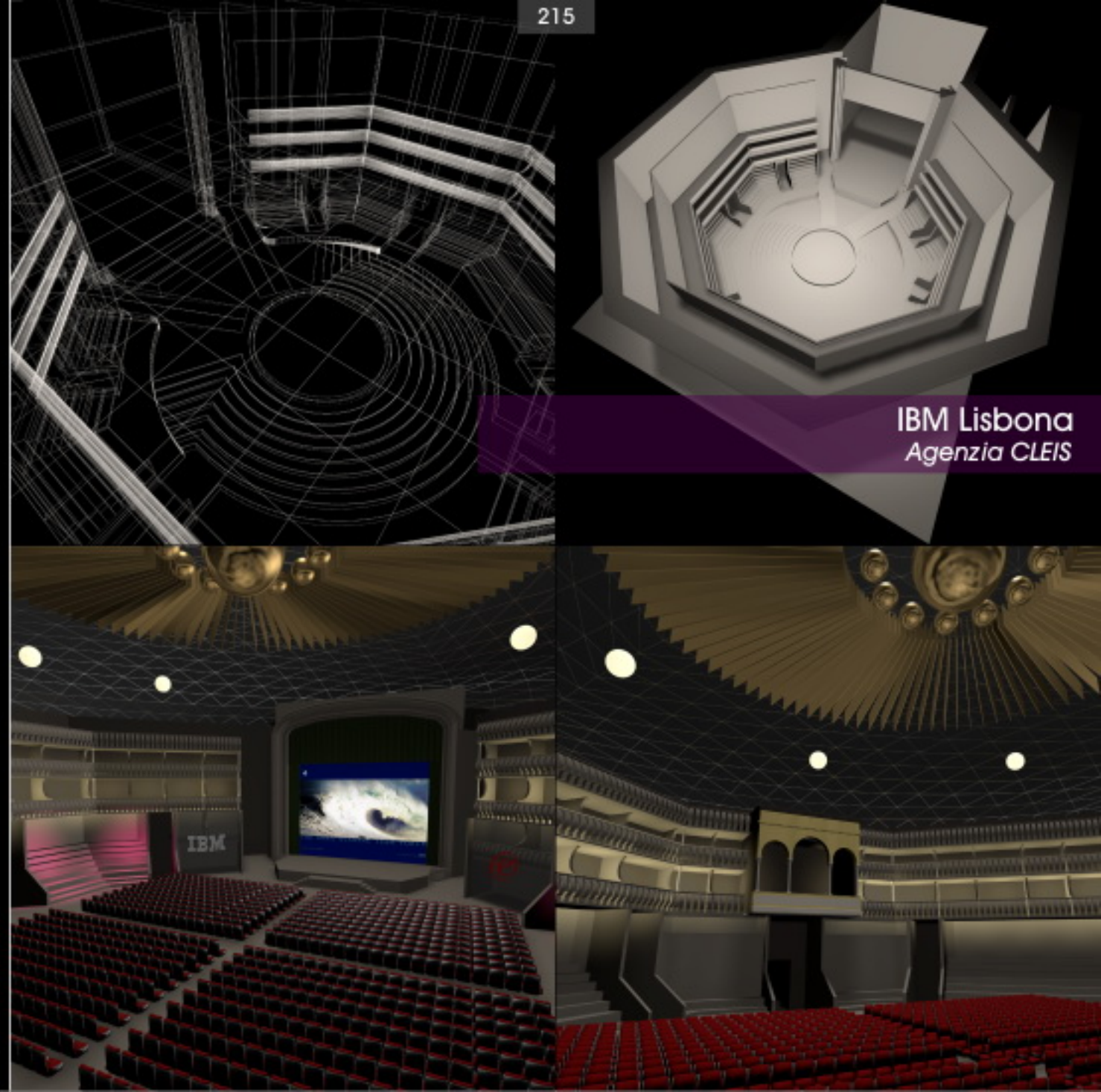
Pevero - Costa Smeralda
per Xilografia



214



215





17

EVENTI SPECIALI

SPECIAL EVENTS

LEVI'S LEGEND

UN LUNGO CORRIDOIO, OVATTATO NELLA MAGIA DI UNO SFONDO NOTTURNO "A CIELO APERTO", CI RIPORTA NELL'ATMOSFERA ESOTICA E CHIASSOSA DEL MERCATINO DI VIA PRE A GENOVA: BANCARELLE, PROSTITUTE, AMBULANTI, CONTRABBANDIERI, MUSICA, DIALETTI E FRITTURE... TUTTO (COLORI, RUMORI E ODORI) CI PORTA AD IMMERGERCI PER UN MOMENTO NELL'AMBIENTE INCONFONDIBILE E COSMOPOLITA DELLA "CASBAH" GENOVESE.

DAL FONDO, SIRENE DI NAVI PRONTE A SALPARE: L'OCEANO, L'IGNOTO, L'AVVENTURA. COME IN UN FILM, SULLE TRACCE DEI VECCHI PIONIERI, PARTIAMO "ALLA CONQUISTA DEL WEST!"

NELLA SINTESI MAGICA E DICHIARATAMENTE PROVVISORIA DI UN SET CINEMATOGRAFICO ECCO CHE RIVIVIAMO IL CLIMA FUMOSO E POLVEROSO DI UN VECCHIO SALOON: NON MANCANO OVVIAMENTE IL PIANISTA UBRIACO, IL BANCONE SU CUI SCORRONO BOCCALI DI BIRRA GHIACCIATA, IL PALCO SCALCINATO CON DUE PESSIME (MA BELLISSIME) BALLERINE. MA ATTENZIONE: IL FONDALE DEL PALCO NON È CHE UNA GRANDE FINESTRA SULLA PRATERIA, DOVE (IN RETRO-PROIEZIONE) SCORRONO IMMAGINI E SPEZZONI DELLA STORIA LEVI'S. SULLO SFONDO, QUASI INCOMBENTI NELLA LORO SOLENNITÀ, SI INTRAVEDONO LE CELEBRI TESTE SCOLPITE NELLA ROCCIA DEL "MOUNT RUSHMORE NATIONAL MEMORIAL".

LA CITAZIONE STORICA DEI QUATTRO PRESIDENTI È PERÒ FILTRATA E REINVENTATA CON IRONIA NEL GIOCO SIMPATICAMENTE TRASGRESSIVO DELL'AGGIUNTA DI UNA QUINTA TESTA... QUELLA DEL SIGNOR LEVI STRAUSS!

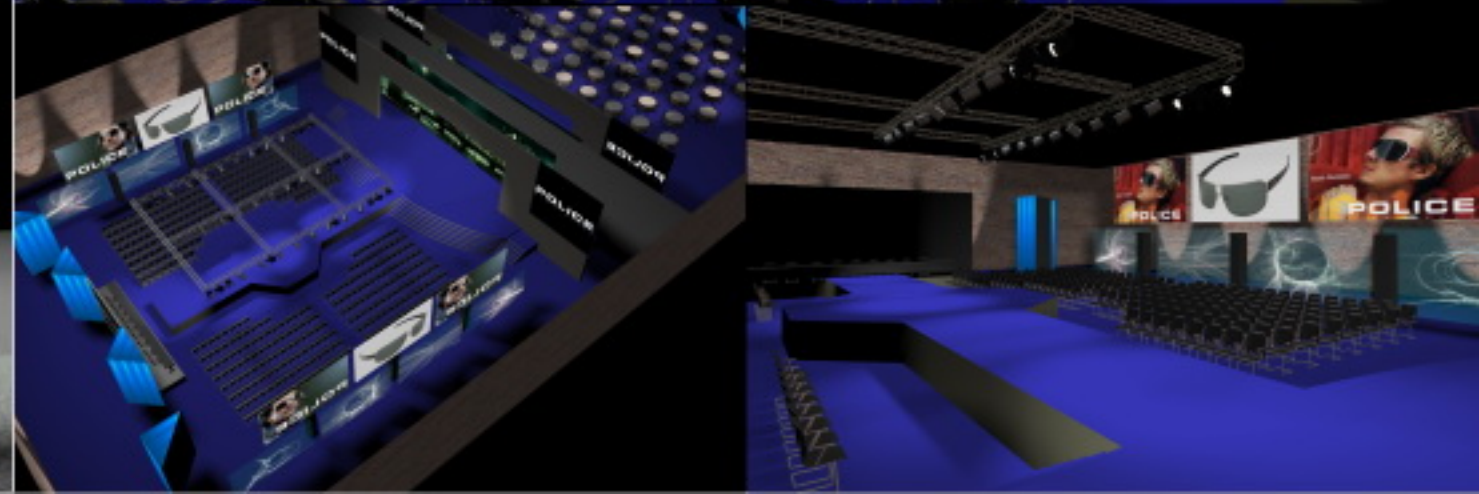
DI PIÙ: COL PASSARE DEL TEMPO, NOTIAMO CHE L'ARREDAMENTO SI MODIFICA IN ALCUNI "ELEMENTI" FONDAMENTALI: COMPAIONO UNA VECCHIA RADIO, UNA SCRITTA AL NEON, UN JUKE-BOX, UN TELEVISORE IN BIANCO E NERO. AL PIANISTA SI SOSTITUISCE UN'ORCHESTRINA COUNTRY, POI UN GRUPPETTO ROCK ALLA ELVIS, UN COMPLESSINO ANNI 60, ECCETERA.

ANCHE LE IMMAGINI, OVVIAMENTE, SI AVVICINANO AI NOSTRI GIORNI: DA TOM MIX A OMBRE ROSSE, DA GARY COOPER A JAMES DEAN, SU SU FINO A SHEPARD E SPRINGSTEEN. PERCHÉ IL NOSTRO È UN TUFFO NEL PASSATO, TOTALE ED EMOZIONANTE, MA PER RITORNARE AL FUTURO: BACK TO THE FUTURE, NATURALMENTE! ED È GIUSTO CHE LE IMMAGINI ALL'USCITA CI PARLINO DI FUTURO. INSOMMA, DI GIOVANI: ECCO I TEEN-AGERS ASSIEPATI E CHIASSOSI NEL "LORO" TERRITORIO: UNA GRANDE LAVANDERIA A GETTONI DOVE, GUARDANDO VIDEO CLIPS E BEVENDO COCA COLA, TUTTI POSSONO LAVARE (GRATIS!) I PROPRI LEVI'S.

LA STORIA DEL JEANS FINISCE, E COMINCIA, QUI.



Levi Strauss Legend
Garage Traversi, Milano



POLICE
Progetto Annual Meeting

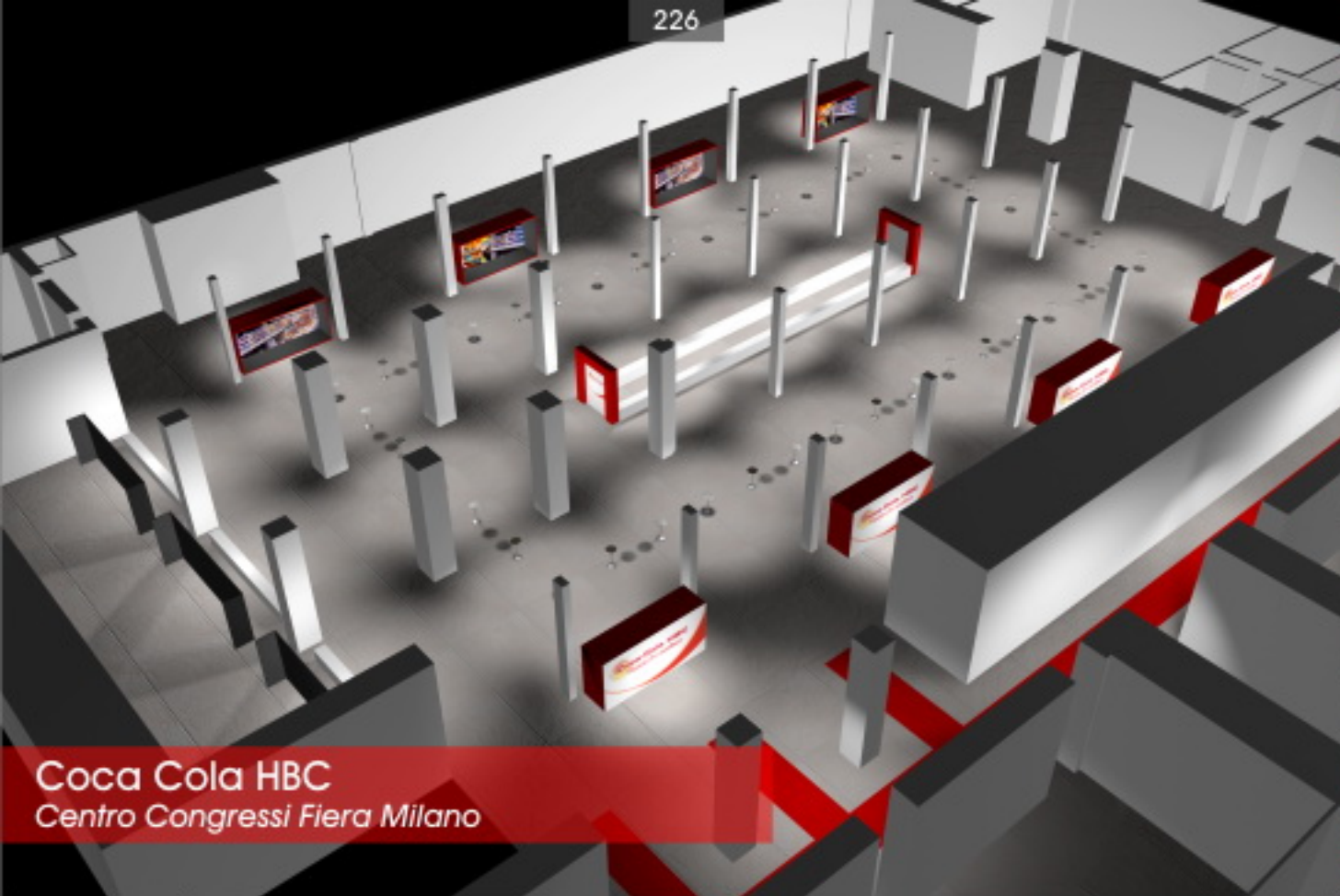


DAMIANI Montenapoleone
Agenzia Chrysalis

Piper Heidsieck
Venezia - Festival del Cinema



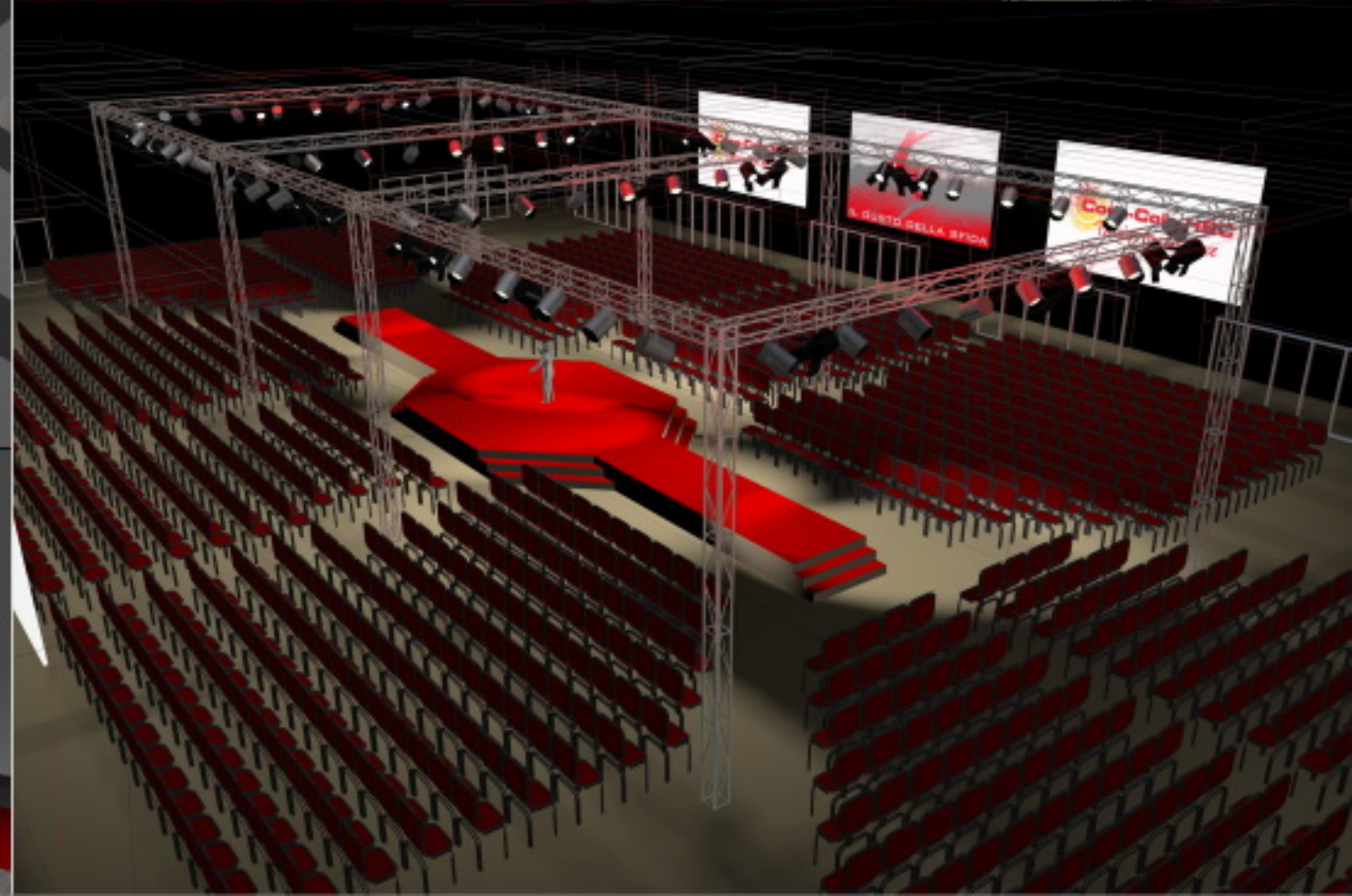
226

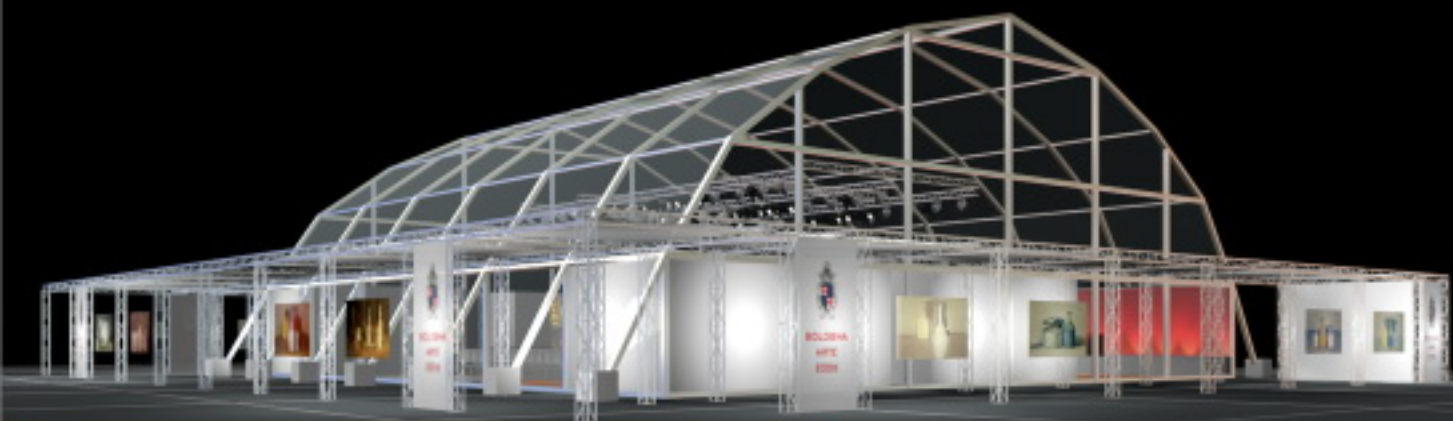


Coca Cola HBC
Centro Congressi Fiera Milano



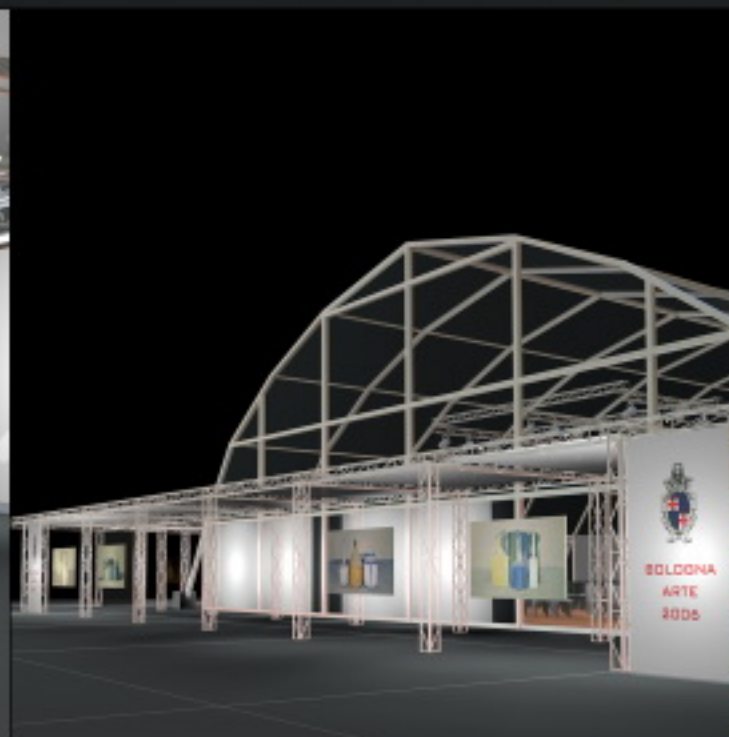
227



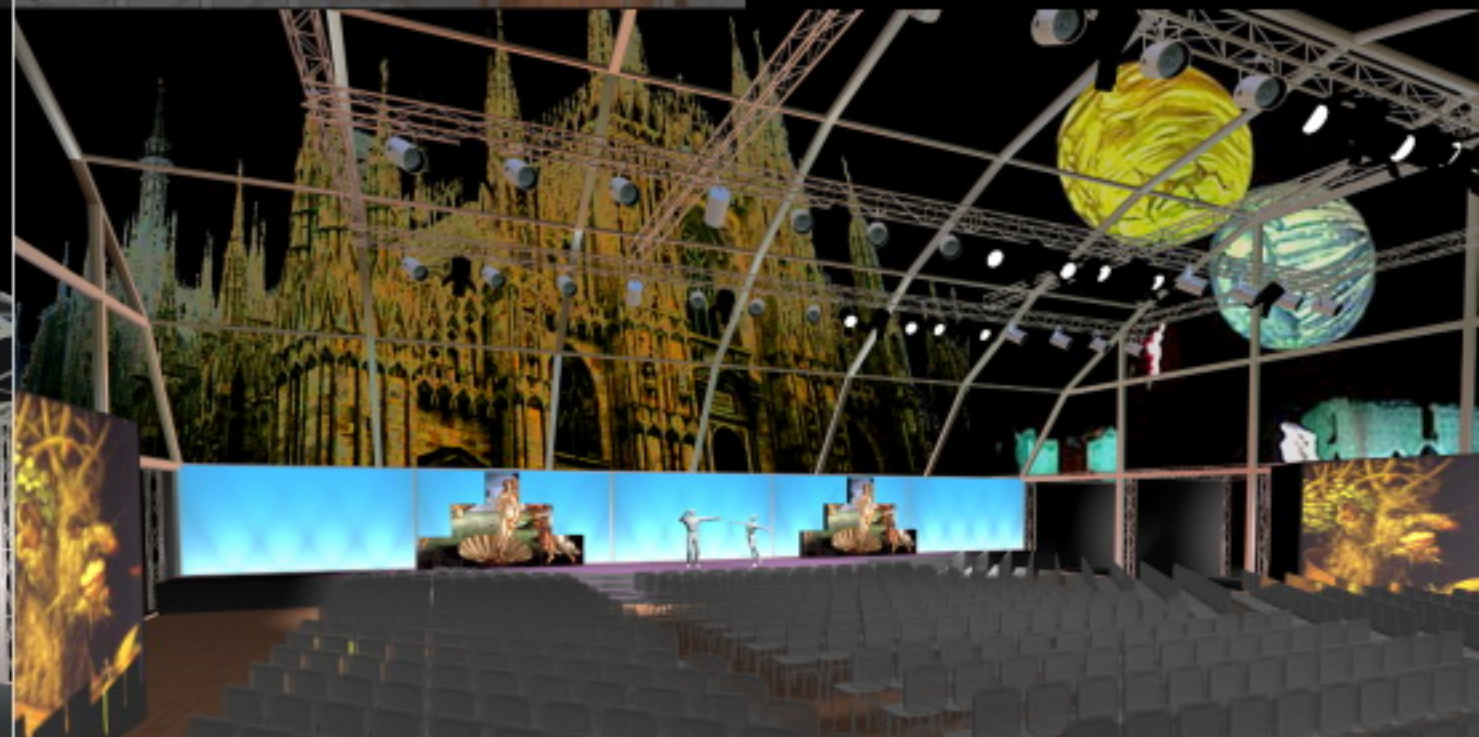


L'OREAL - COPPOLA

Piazze d'Italia, con Studio Festi



Una grande multinazionale della cosmetica e un nome mitico dell'acconciatura, partners "storici" nel proporre novità di tendenza e di prodotto, si sono uniti in un progetto complesso quanto ambizioso: offrire alla popolazione, nelle più belle e rinomate piazze d'Italia, una serata di spettacolo di altissimo livello costruito intorno al tema della bellezza. Musica, danza, arte le tre "madrine" dello spettacolo proposto in una chiave innovativa che prevede un coinvolgimento diretto e attivo del pubblico. Il tutto in un contesto scenografico esaltante che, pur garantendo la totale protezione dalle intemperie, mantenesse una assoluta leggerezza di segno e aprisse un dialogo leggibile e sinergico con le bellezze artistiche circostanti.





18

GARE INTERNAZIONALI

*INTERNATIONAL
COMPETITIONS*

ICH BIN BERLINER!

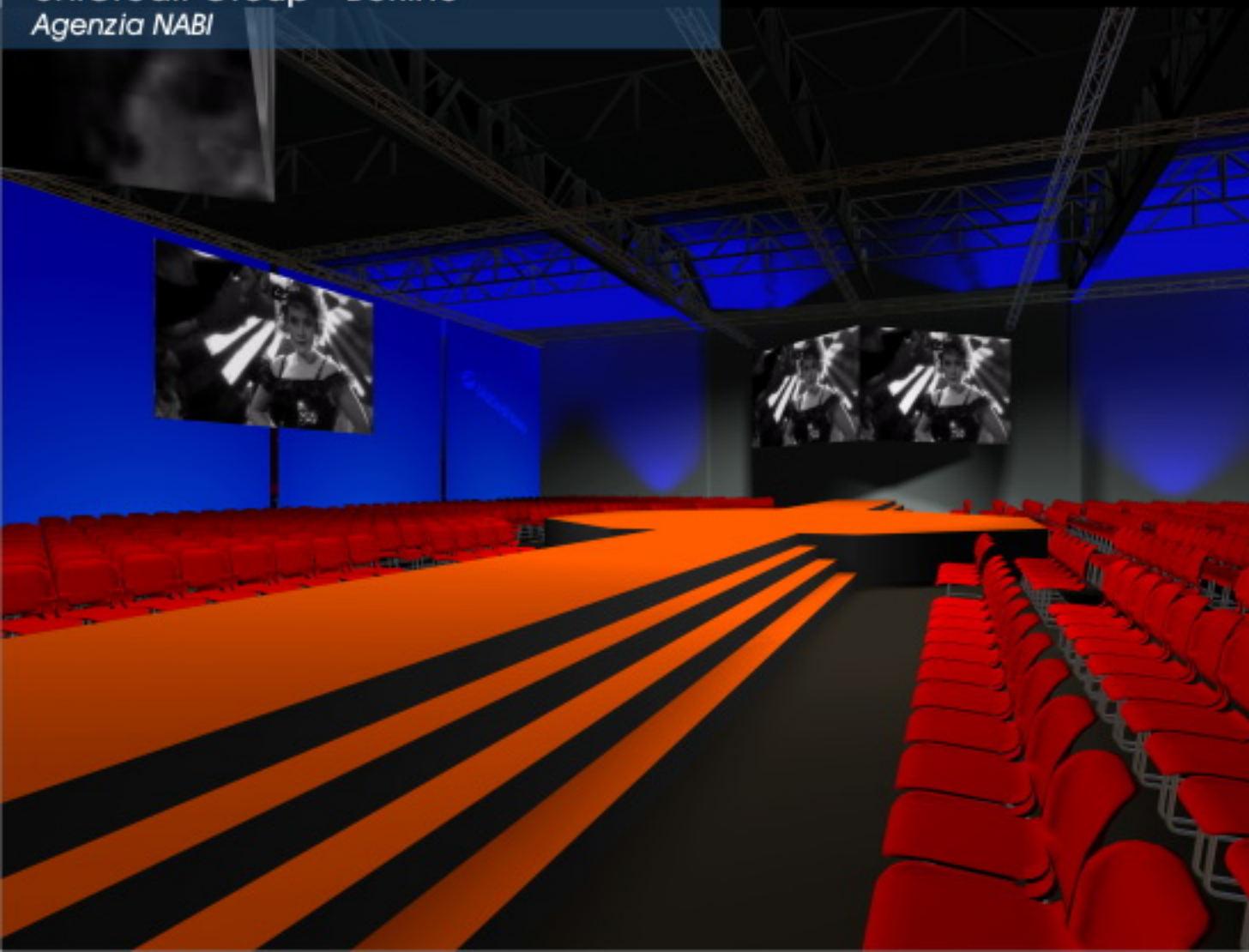
BERLINO, PIÙ DI OGNI ALTRA CITTÀ NELL'ATTUALE MOMENTO STORICO, SI PONE COME IL SIMBOLO E L'ESSENZA DEL NUOVO CHE AVANZA. PERFETTA METAFORA DI QUANTO STA AVVENENDO OGGI NEL GRUPPO UNICREDIT. QUESTO CONCETTO, INSIEME AGLI ALTRI ENUNCIATI NEL BRIEF COME RIFERIMENTI FONDAMENTALI DELLA COMUNICAZIONE (LA CRESCITA, L'AGGREGAZIONE, IL FUTURO) HANNO COSTITUITO, INSIEME AI VALORI AZIENDALI, LA BASE SU CUI È STATO COSTRUITO L'INTERO PROGETTO.

È PARSO GIUSTO CHE IL PRIMO IMPATTO DEGLI OSPITI CON LA CITTÀ AVVENISSE NEL CUORE DELLA BERLINO DELLA RINASCITA, LÀ DOVE L'ARCHITETTURA E LA TECNOLOGIA ESPRIMONO UNA SINTESI PERFETTA TRA CORPO E ANIMA, TRA RIGORE E PASSIONE, TRA RAGIONE E FANTASIA. PER TUTTI CENA IN VARI RISTORANTI PRENOTATI INTORNO A POTSDAMER PLATZ. UN "DINE AROUND" INFORMALE E IMPRONTATO AL MASSIMO RELAX. UN MODO DI AVVICINARE LA CITTÀ CON GRADUALITÀ E SENZA TROPPE COSTRIZIONI. A FINE CENA, PRIMA DI ENTRARE NELLA DISCOTECA IN "MARLENE DIETRICH PLATZ", UN TRIBUTO ALLA MITICA ATTRICE TEDESCA NELLA FANTASTICA CORNICE DELLA PIAZZA COPERTA.

SOSPESA AD UNA ENORME LUNA, ALTISSIMA E DUNQUE IRRAGGIUNGIBILE, VOLTEGGIA LEGGERA UN'ACROBATA VOLANTE,;PICCOLO GRANDE "ANGELO AZZURRO" CHE AMMICCA AI PASSANTI IN UN IDEALE POETICO ABBRACCIO DI BENVENUTO. DICE UN ANTICO PROVERBIO BERLINESE: *"EDES WORT IST EIN VERLORENER KUSS"* (OGNI PAROLA È UN BACIO PERDUTO). UN CHIARO INVITO A LASCIARSI ANDARE...

LA SECONDA GIORNATA È INTERAMENTE DEDICATA ALLE RIUNIONI, SECONDO UNA SCALETTA ARTICOLATA SU VARI SPAZI MOLTO COINVOLGENTI DAL PUNTO DI VISTA SCENOGRAFICO. MA LA SERA IL PROGRAMMA PREVEDE CHE TUTTI SI RITROVINO IN UN UNICO LUOGO, PER VIVERE QUI UN MOMENTO DI VERA AGGREGAZIONE. SE NEL PRIMO GIORNO È STATA LA SORPRENDENTE DIMENSIONE FUTURIBILE DELLA NUOVA ARCHITETTURA A STUPIRE GLI OSPITI, ORA È IL MOMENTO DI UN PICCOLO TUFFO NEL PASSATO, NELLE ATMOSFERE AUSTERE E QUASI SEVERE, MA INTRIGANTI E MAGICHE, DELLA MITICA BERLINO EST. UNA VECCHIA STAZIONE MERCI FINE '800 TRAMUTATA IN CARATTERISTICO "BIERGARTEN" FA DA SFONDO A QUESTA SECONDA CENA, ALLEGRA E INFORMALE COM'È LO SPIRITO DEI GIOVANI BERLINESI, MENTRE UN "CIELO SOPRA BERLINO" CARICO DI PROMESSE PRELUDE A UNA LUNGA, LUNGA NOTTE...

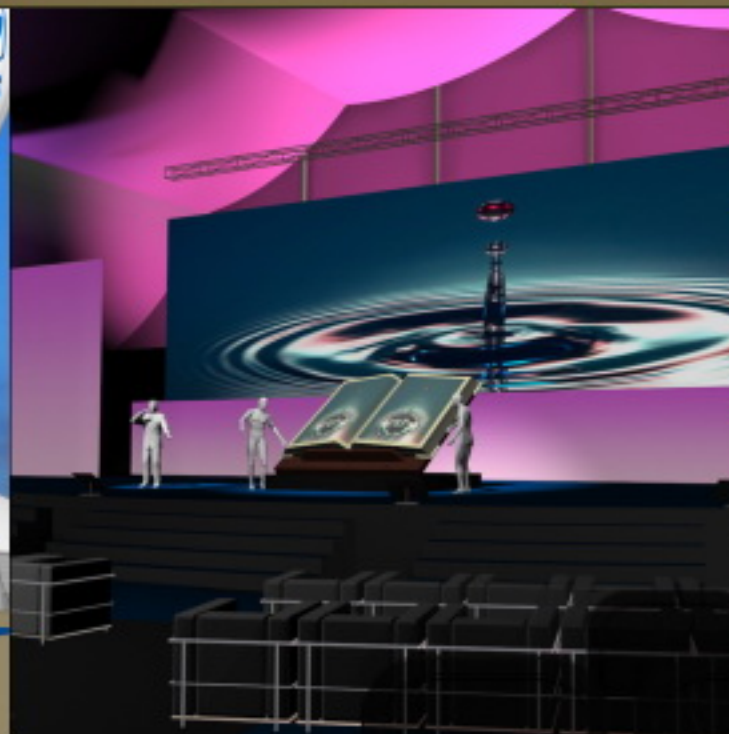
UniCredit Group - Berlino
Agenzia NABI

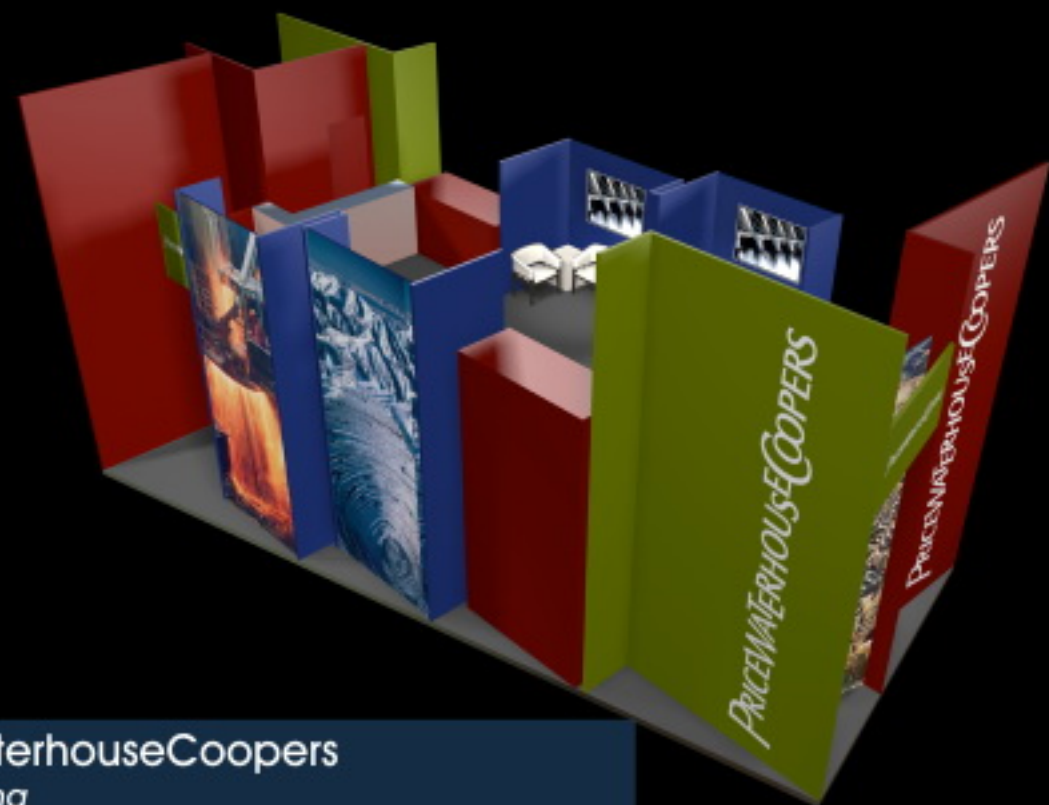




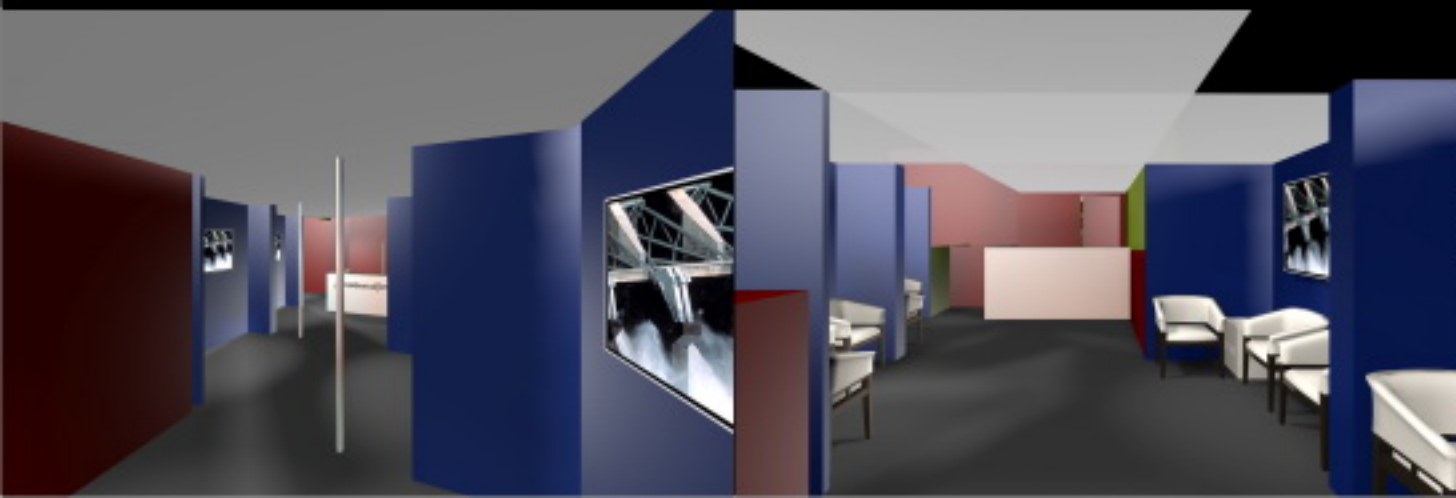
IBM Napoli
Agenzia CLEIS



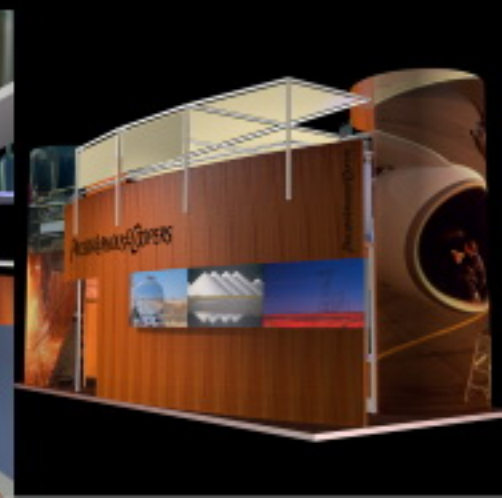
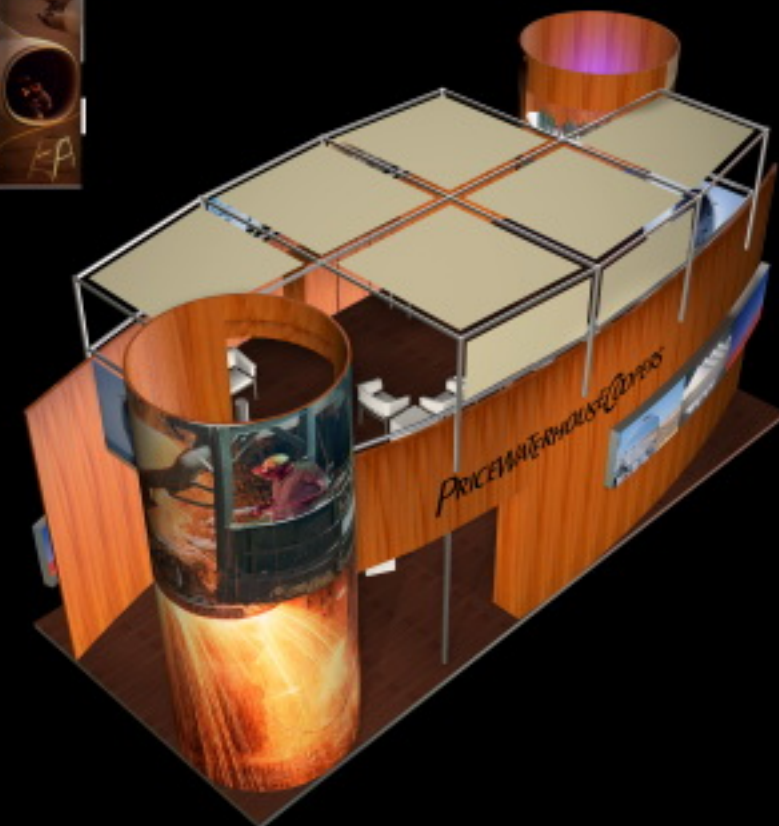


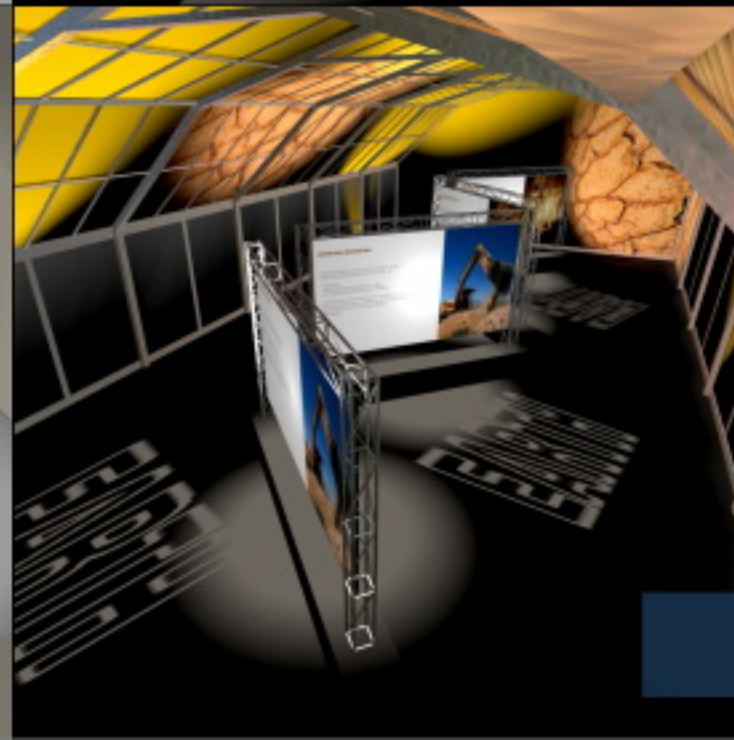
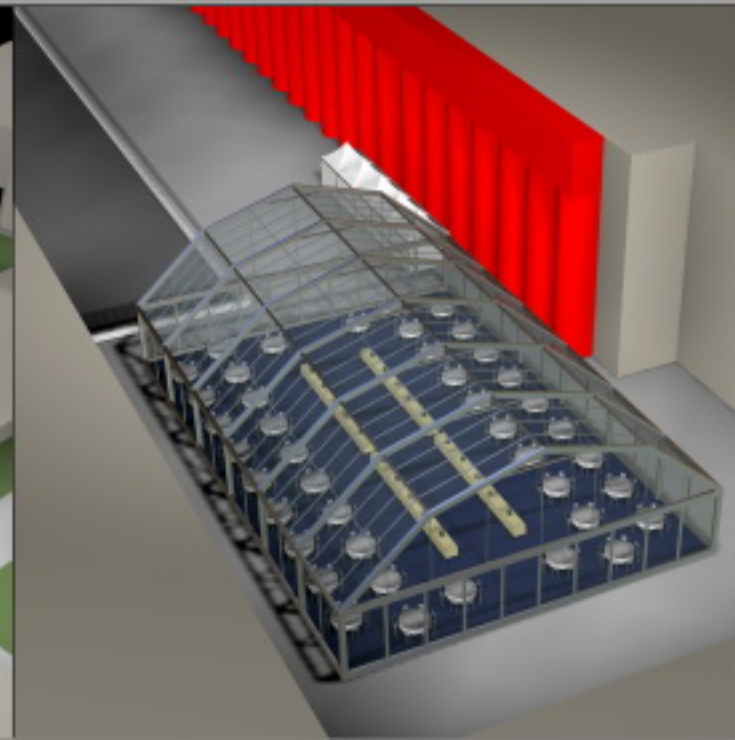
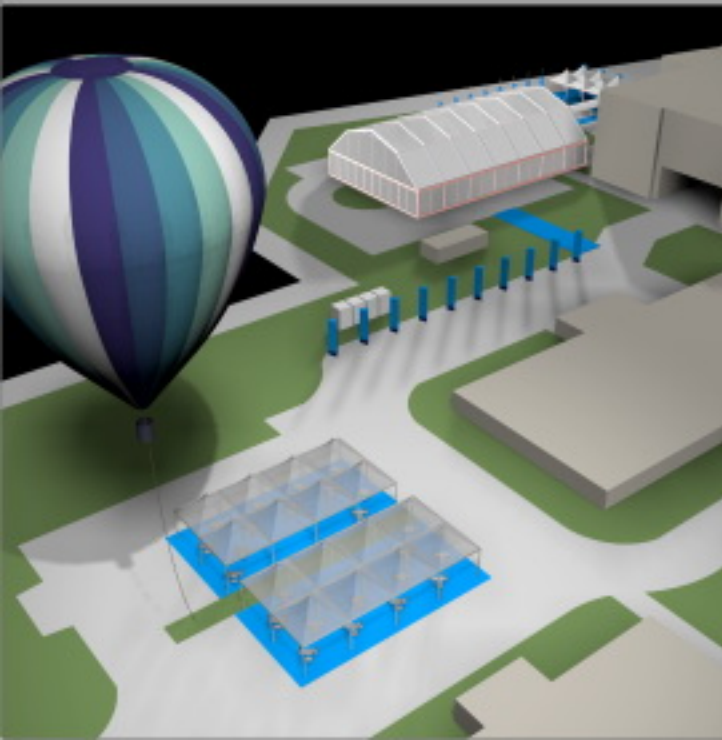
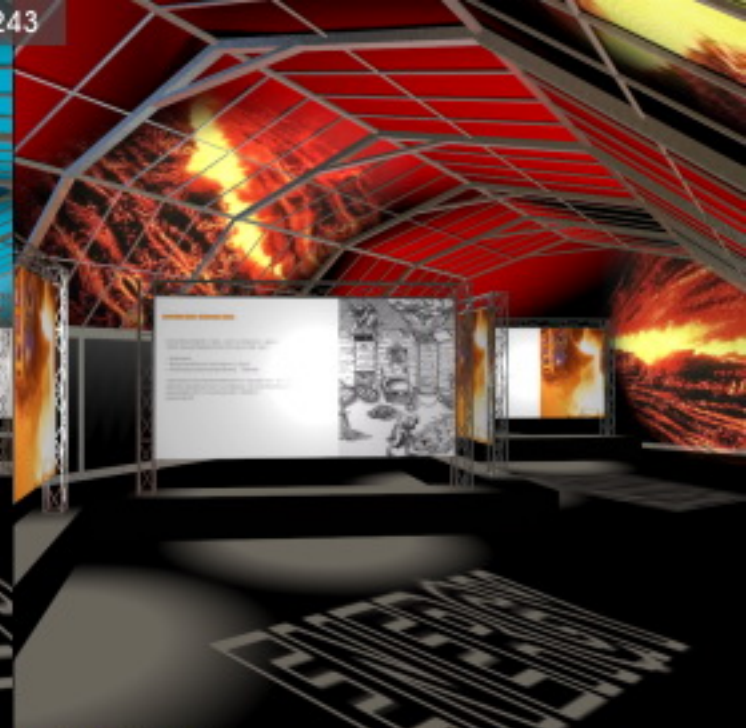


PricewaterhouseCoopers
EWEC Roma



L'Energy World Economy Congress ha cadenza biennale ed è rivolto a tutti i soggetti, pubblici e privati, che a vari livelli si occupano del problema dell'Energia e della Ecosostenibilità. Per conto di PricewaterhouseCoopers abbiamo sviluppato due diverse proposte di allestimento che tenessero conto di alcune precise priorità: dare visibilità alle proprie campagne istituzionali sui temi ambientali, evidenziare la forte sensibilità dell'azienda rispetto ai temi del risparmio energetico, facilitare l'incontro con i clienti acquisiti e potenziali in uno spazio attrattivo ma protetto e accogliente.







19

CULTURA & TEMPO LIBERO

CULTURE & LEISURE

IL ROSSO E L'ORO: I COLORI DELLA PASSIONE

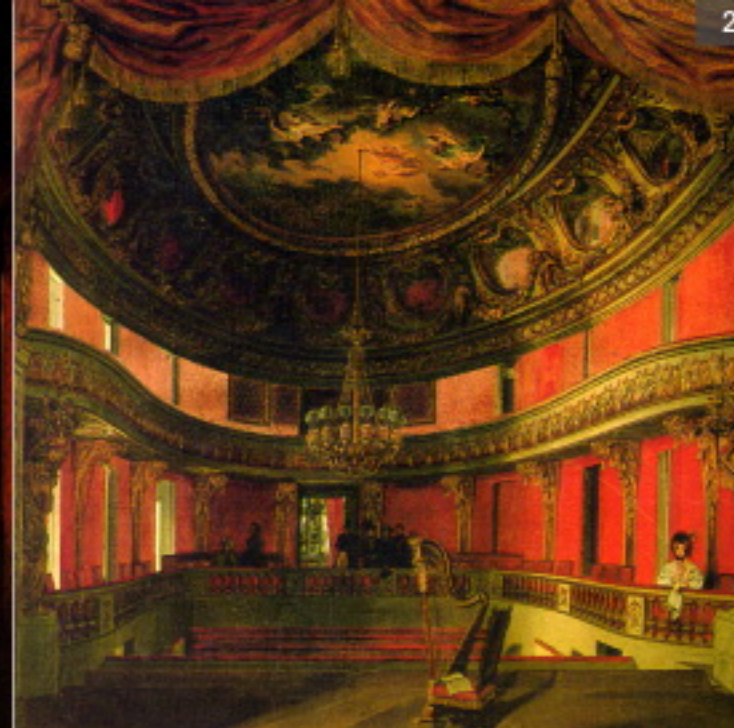
IL TEATRO D'OPERA. PER MOLTI LUOGO REMOTO E IRRAGGIUNGIBILE, PER ALTRI EMBLEMA DI UN RITROVO SNOB E "DÉMODÉE". PER NOI, L'OCCASIONE DI UNA SERATA INDIMENTICABILE NELLA RISCOPERTA DI UN'ARTE SUBLIME FUORI DAL TEMPO. QUALE MODO MIGLIORE PER FESTEGGIARE LA STORIA DI UN'AZIENDA DA SEMPRE IN BILICO FRA TRADIZIONE E INNOVAZIONE? IN PRINCIPIO LUOGO "INIZIATICO" DEL SAPERE MUSICALE, POI ANCHE SALOTTO MONDANO RAFFINATO ED ELEGANTE PER OSPITI ESIGENTI DALL'ORECCHIO FINO, IL TEATRO D'OPERA È DA SEMPRE GUARDATO CON UNA CERTA SOSPETTOSA SOGGEZIONE. MA SOLO PERCHÉ NON LO SI CONOSCE. ED È CHIARO CHE DI QUELLA DIMENSIONE COLTA E ARISTOCRATICA A NOI NON INTERESSA COGLIERE CHE IL SIGNIFICATO DI METAFORA, FACENDONE PER UNA VOLTA IL "PALCOSCENICO POPOLARE" DI UN PUBBLICO ETEROGENEO E TRASVERSALE, COMPIACIUTO E DISINIBITO, CURIOSO. IN UNA PAROLA: SPONTANEO.

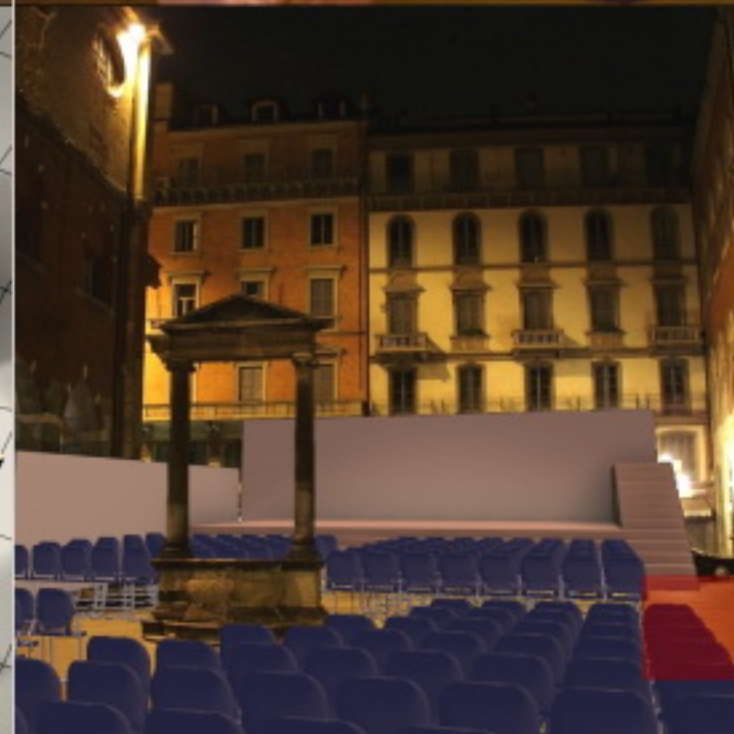
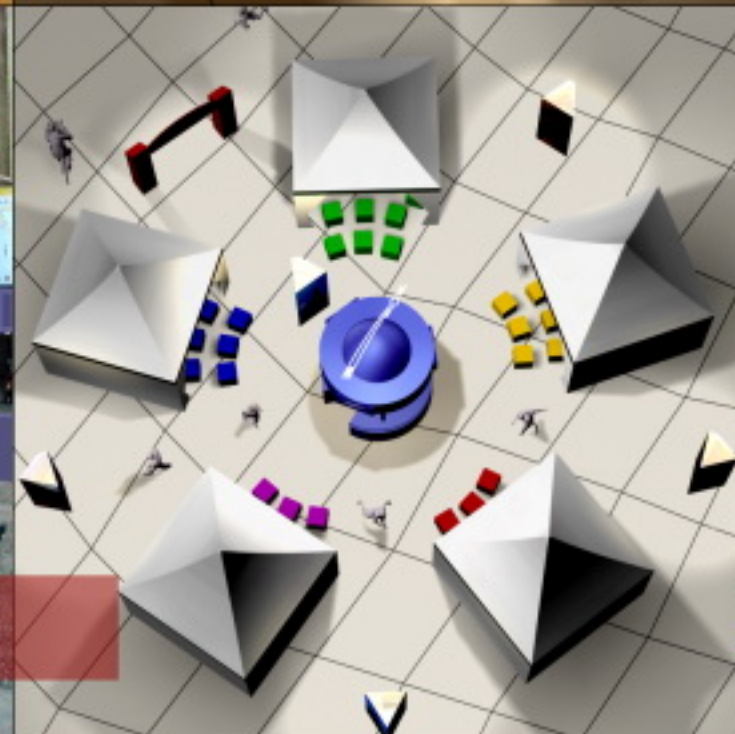
IL PROGRAMMA DELLA SERATA SI ARTICOLA ATTRAVERSO LA SCOPERTA E LA VALORIZZAZIONE, RICCA DI SORPRESE, DEI "LUOGHI SIMBOLO" DEL TEATRO: LA SCALINATA, IL FOYER, LA PLATEA, I PALCHI, IL SIPARIO, IL PALCOSCENICO... MA ANCHE I CAMERINI, LE SCENOGRAFIE, LA GRATICCIA, IL SOTTOPALCO, IL MAGAZZINO.

SEGUENDO UN PRECISO COPIONE, FEDELE AL "PROGRAMMA DI SALA" ELEGANTEMENTE STAMPATO E DISTRIBUITO ALL'INGRESSO, GLI OSPITI SI RITROVANO IMMERSI E COMPLETAMENTE AVVOLTI NELLA DIMENSIONE AFFASCINANTE E INSIEME MISTERIOSA DI UN AUTENTICO SPETTACOLO. O MEGLIO: DELLA SUA PREPARAZIONE IN VISTA DELLA "PRIMA"! TUTTI I SENSI VENGONO DI CONTINUO SOLLECITATI: DAL FRUSCIO DEI COSTUMI ALLE ARMONIE DEGLI STRUMENTI, DAGLI ODORI DELLE VERNICI AI PROFUMI DEI BOUQUETS, DAI COLORI DEI VELLUTI E DEGLI STUCCHI (IL ROSSO E L' ORO APPUNTO!) ALLE MERAVIGLIE DI UN "CAMBIO DI SCENA", DALLA RUGOSITÀ DELLE CORDE ALLA MORBIDEZZA DEI TULLE E DELLE SETE. ED È BELLO PERDERSI NEL LABIRINTO DEI MILLE ANFRATTI SCOPRENDO LA SOMMESSA COMPLICITÀ DEI PALCHI, LA SPENSIERATA MONDANITÀ DEI RIDOTTI E DEL FOYER, IL MISTERO DEL SIPARIO E DEL TAGLIAFUOCO, L'INCANTO DELLA SCENA... UNA SCENA SULLA QUALE GLI STESSI SPETTATORI SONO CHIAMATI AD AGIRE TRASFORMANDOSI, PER UNA VOLTA, IN AUTENTICI "PROTAGONISTI". SOTTO LE LUCI DELLA RIBALTA, SE DISINVOLTI E MENO INIBITI; ALL'OMBRA DI UNA QUINTA O NELLA BUCA DEL SUGGERITORE, SE DISCRETI E MENO ESIBIZIONISTI. NIENTE PAURA! AL GIOCO DEL TRAVESTIMENTO SONO TUTTI INVITATI... IL ROSSO E L'ORO, I COLORI DEL TEATRO, SARANNO PER QUESTA SERA I COLORI DELLA "LORO" FESTA!



Il Rosso e l'Oro
Invito alla Prima





Gira Gira Mondo
Piazzetta Reale, Milano

Teatro di Corte
Piazza Mercanti, Milano

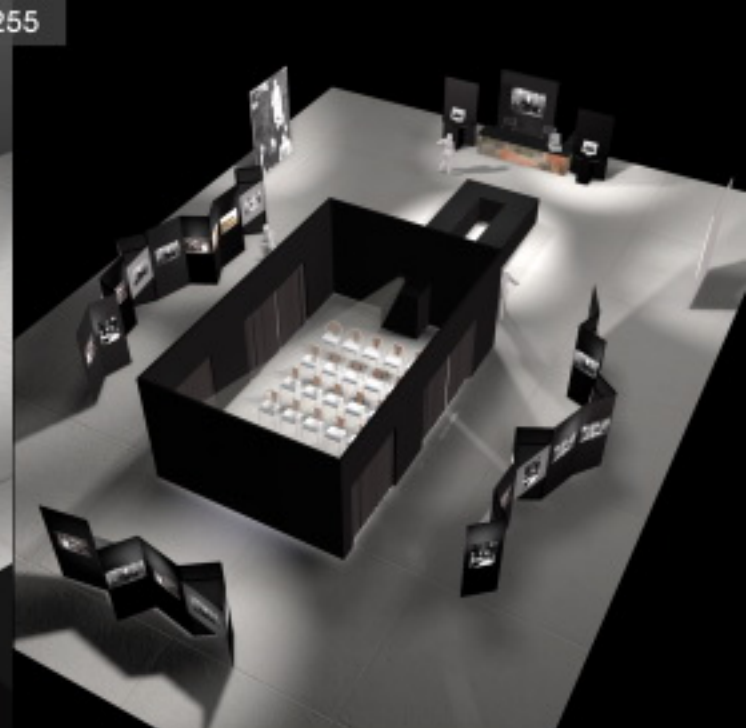
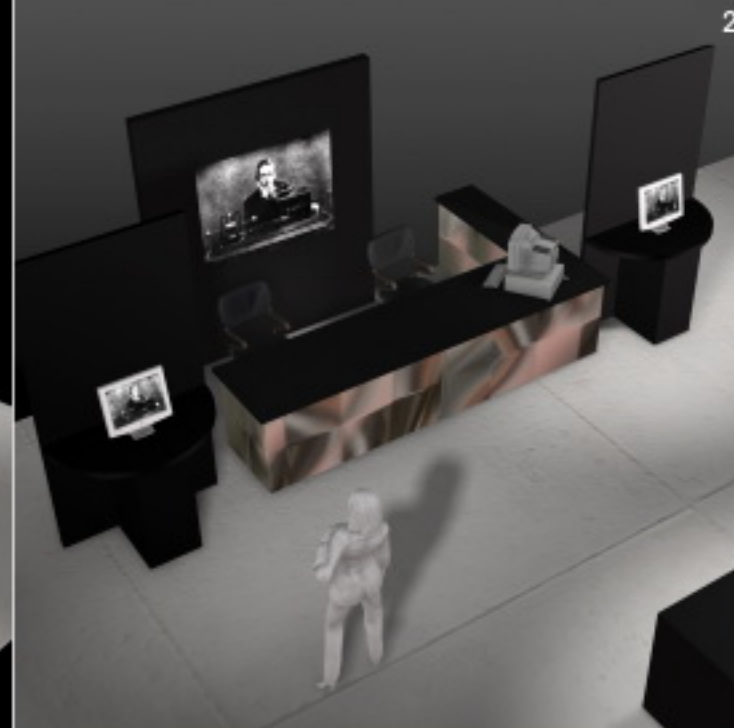


254



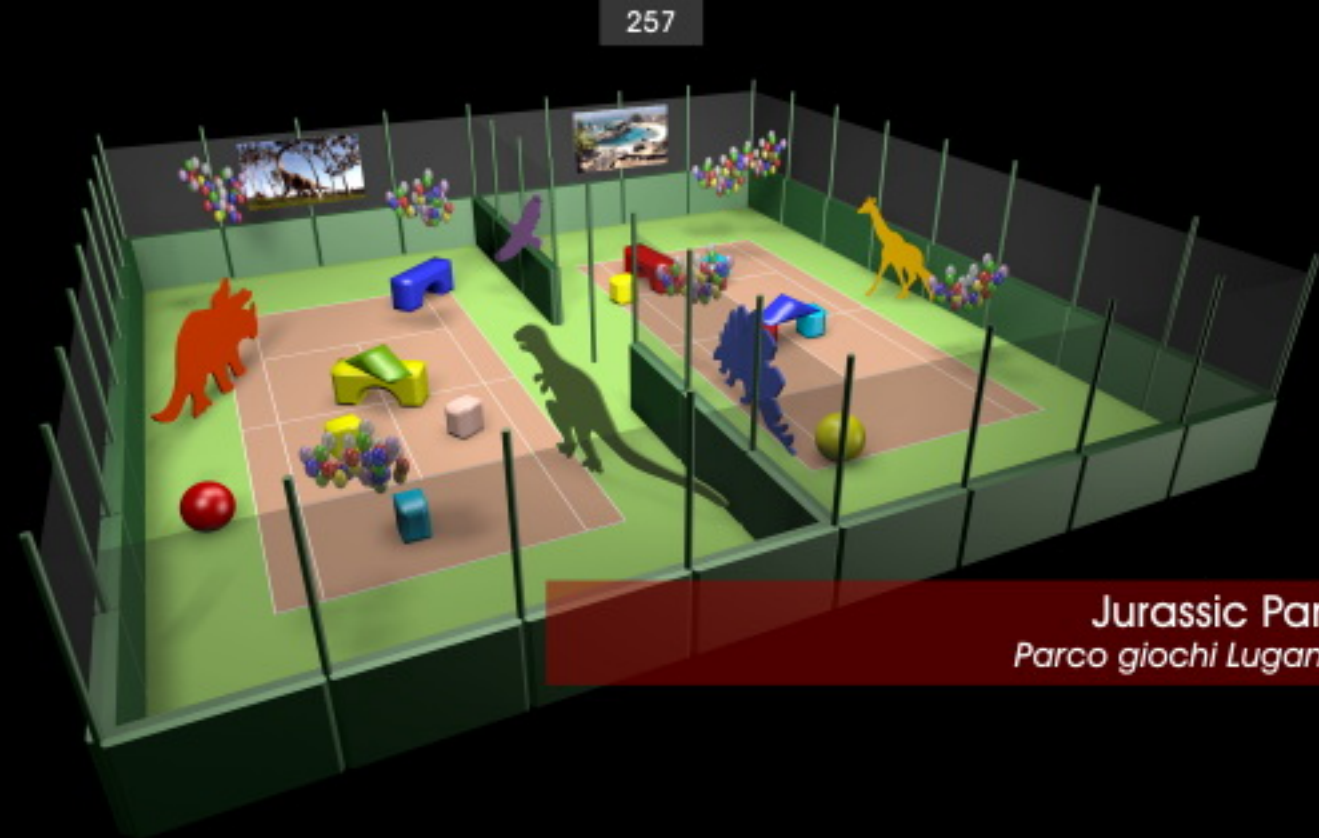
Radio Days
Omaggio a Guglielmo Marconi

255



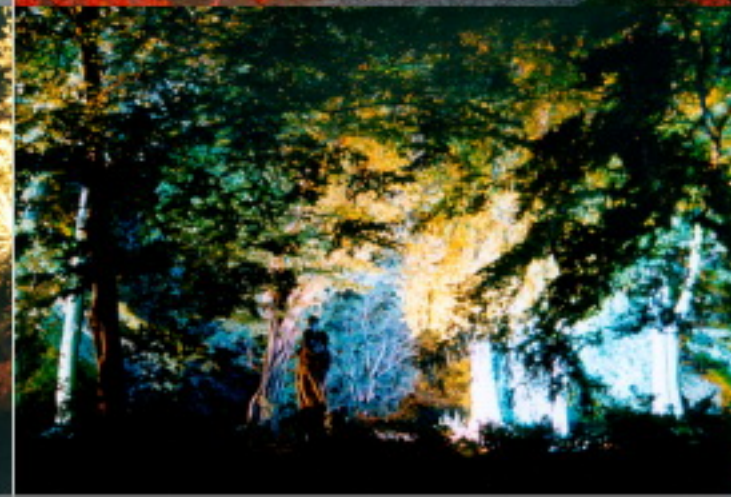


La Città dello Sport
Piazza della Scala, Milano



Jurassic Park
Parco giochi Lugano





L'EVENTO È MORTO. LUNGA VITA ALL'EVENTO!

IN VENTICINQUE ANNI DI "ONORATO SERVIZIO" POSSIAMO DIRE DI AVERE ACQUISITO UNA CERTA ESPERIENZA, UNA BUONA DOSE DI CORAGGIO E MOLTA, MOLTA PAZIENZA. TUTTE COMPONENTI NECESSARIE ALLA BUONA RIUSCITA DI QUALSIASI PROGETTO (SIA ESSO ARTISTICO, INDUSTRIALE, SOCIALE) PURCHÉ AFFRONTATO CON "PASSIONE". NELLA REALIZZAZIONE DI SPETTACOLI ED EVENTI COMPLESSI L'ESPERIENZA SERVE A NON COMMITTERE ERRORI E A GESTIRE L'EMERGENZA, IL CORAGGIO A IMBOCCARE STRADE SEMPRE NUOVE E A LIBERARE LA FANTASIA, LA PAZIENZA A MEDIARE LE ANSIE E I NERVOSISMI DI TUTTI IN NOME DEL RISULTATO.

CERTO OGGI LE COSE SONO CAMBIATE: SI TAGLIANO I FONDI, SI RIDUCONO I TEMPI, SI MORTIFICANO I TALENTI. LE INIZIATIVE DI COMUNICAZIONE SONO SPESSO BANALI E RIPETITIVE E IN QUESTO CLIMA DI INSODDISFAZIONE È FACILE SCARICARE LE COLPE. CI SI ASPETTA UNA MAGGIORE INTRAPRENDENZA, PIÙ FANTASIA, UN "COLPO D'ALA"! CIÒ CHE VIENE RICHIESTO, INSIEME AD UNA PIENA ASSUNZIONE DI RESPONSABILITÀ NEL PROPRIO RUOLO, È "METTERE SUL PIATTO" NUOVI APPETITOSI INGREDIENTI.

IL MONDO DEI "CREATIVI" (REGISTI, SCENOGRAFI, COREOGRAFI, VIDEOMAKER, COPY, GRAFICI) NON CHIEDE DI MEGLIO ED È PRONTO DA TEMPO A CAMBIARE LA "RICETTA". MA I MANAGER AZIENDALI, COSÌ COME I POLITICI E LE AUTORITÀ "CHE CONTANO", COLORO INSOMMA CHE HANNO IN MANO IL PALLINO NELLA "CONDUZIONE" DI UN EVENTO, SONO DAVVERO DISPOSTI A RINUNCIARE AI LUNGHI MONOLOGHI AUTOREFERENZIALI E FINALMENTE APRIRSI A UN VIVACE CONFRONTO CON IL "LORO" PUBBLICO? VERAMENTE HANNO CAPITO L'IMPORTANZA DI COINVOLGERLO EMOTIVAMENTE, TRASFORMANDO NOIOSI INCONTRI PASSIVI IN RITI DI ATTIVA PARTECIPAZIONE? UN FORTE DUBBIO RIMANE... ED È UN PECCATO, PERCHÉ LA TANTO AUSPICATA RIVOLUZIONE NEL MODO DI VALORIZZARE E SPETTACOLARIZZARE UN "EVENTO", QUALI CHE SIANO I SUOI CONTENUTI E A PRESCINDERE DALL'ENTITÀ DEL BUDGET, PARTE PROPRIO DA QUESTI SEMPLICI MA IRRINUNCIABILI PRESUPPOSTI. CAPIRE QUESTO POTREBBE FINALMENTE APRIRE LE PORTE A NUOVI "FORMAT". A NOI PARE NE VALGA LA PENA: DOPO TUTTO, PER NOSTRA FORTUNA, "THE SHOW MUST GO ON"!

CREDITS

Si ringraziano le aziende committenti, le agenzie partner (laddove titolari degli eventi citati) e i fornitori storici per la gentile autorizzazione alla pubblicazione delle immagini di archivio. In particolare:

Aziende

ASTRAZENECA
AUTOGRILL
BPM
CENTROMARCA
C+C BATTAGLIA SPA
COCA COLA HBC
COMUNE DI MILANO
DE AGOSTINI PERIODICI
ENEL
FERROVIE DELLO STATO
FINMECCANICA
FONTANAARTE
FORWERK FOLLETO
GOODYEAR
GRUPPO RCS
GRUPPO UNILEVER
IBM
INDICAM
INDICOD ECR
INTERDIS

ISOVER
ITALGAS
LEVI STRAUSS
L'OREAL
MICROSOFT
MIDAL
PIEMME
PRICEWATERHOUSECOOPERS
REGIONE LOMBARDIA
RTL
SAECO
SAINT GOBAIN
SELECTIVE BEAUTY
SELEX
STMICROELECTRONICS
TELECOM
UNICREDIT GROUP
VODAFONE
VOLVO TRUCKS

Partners

CLEIS
CMG EVENTI
CHRYSALIS
DPR
EUPHON
GP PRODUZIONI
IMPACT
MICROMEGAS
MUCH MORE PARTNERS
NABI
NOUS
STUDIO FESTI
WESTLAND

Fornitori

AV SET
CHELI SCENOGRAFIE
CYBER GRAPHICS
GEMINI LUCI
LASER ENTERTAINMENT
MONDIALSTAND
MORONI ENTERTAINMENT
PERONI
ROBVIDEO
SCREAMOVIE
STAR SERVICE
VISIONARIA
XILOGRAFIA
XTV

Un ringraziamento particolare a tutti gli amici del backstage (riggers, elettricisti, fonici, macchinisti, attrezzisti, allestitori, decoratori, grafici, tecnici video, cameramen, montatori, assistenti di scena) per l'"oscuro" ma immenso lavoro senza il quale nulla di tutto questo sarebbe stato possibile.

Impaginazione grafica e rendering: Cyber Graphics di Marco Aureggi

Stampa digitale: FRAM S.r.l.

Copyright: dicembre 2010 Gian Luca Massiotta SHOW & GROW

Gian Luca Massiotta

Architetto specializzato in arte scenica e sperimentazioni nella comunicazione visiva, svolge da anni in Italia e all'estero attività di regista e scenografo in campo teatrale e pubblicitario, nonché di autore e ricercatore nelle arti visive. Consulente creativo e art director in numerose iniziative promozionali per conto di importanti aziende internazionali, è anche autore di progetti e installazioni multimediali dove l'allestimento scenotecnico di derivazione "classica" convive in modo quasi naturale con le più sofisticate tecnologie digitali. Ha compiuto studi e ricerche avanzate in campo audiovisivo e illuminotecnico, trasferendo poi queste esperienze all'interno di scenografie, spettacoli ed eventi "live", sia pubblici che privati, di forte impatto visivo ed emozionale. Vincitore di numerosi premi e riconoscimenti, dal 1985 è presidente e direttore creativo di SHOW & GROW, società con la quale - oltre ad aver fornito consulenze e collaborazioni a molte delle principali agenzie del settore - ha ideato e prodotto, curandone progetto e regia, live show e performance in tutta Italia con frequenti "sconfinamenti" anche nel resto d' Europa e in location prestigiose dell'Africa settentrionale, del Giappone e degli Stati Uniti d'America.

