



**LAZIO
CREATIVO**

STORIE DI CREATIVITÀ



100 STORIE DI CREATIVITÀ

Edizione 2018



Presidenza del Consiglio dei Ministri
DIPARTIMENTO DELLA GIOVENTÙ E DEL SERVIZIO CIVILE NAZIONALE





Fotografia di
Antonio Barrella

Il Lazio, una regione in movimento

Lazio, a region on the move

Il Lazio è oggi un'economia in movimento, che sta ripartendo. Un contributo importante a questo percorso di rinascita viene certamente dal vasto campo della creatività. L'industria creativa è una realtà sempre più importate per il nostro territorio, anche grazie alle politiche e agli investimenti che in questi anni la Regione Lazio ha destinato ai diversi settori che la compongono: dal cinema al fumetto, dall'editoria all'artigianato, fino alle frontiere del digitale.

Lavoriamo per costruire nel Lazio un sistema solido attorno a questa parte fondamentale della nostra cultura ed economia. Abbiamo dato vita a un vero e proprio programma, Lazio Creativo, che sta aiutando a far emergere le tante eccellenze che operano nel settore della creatività, come facciamo con questa pubblicazione o con il portale Lazio Creativo (laziocreativo.it).

Raccontiamo storie di successo, buone idee che sono riuscite a trasformarsi in progetti concreti e in molti casi a diventare impresa, anche grazie al sostegno e alle risorse messe a disposizione dalla Regione.

I volti in carne e ossa dei tanti protagonisti che esprimono il loro talento in questo settore ci incoraggiano ad andare avanti, a impegnarci ancora di più. La sfida è far sì che l'industria creativa cresca ancora ma soprattutto che riesca sempre più a contaminare anche altri settori: penso al manifatturiero, al turismo, alla fruizione dei beni culturali.

Sappiamo che il talento creativo è uno dei vantaggi competitivi che abbiamo in Italia e può davvero diventare un volano per la crescita e l'occupazione e, più in generale, un fattore decisivo per rendere più bello, più accogliente e più ospitale il mondo in cui viviamo.

Today Lazio's economy is on the move, and its recovery is well under way. A major contribution to this rebirth certainly comes from the vast field of "creativity". The creative industry is becoming ever more important for our region, and has been boosted in recent years by the policies and investments undertaken by the Lazio Region in sectors ranging from the cinema and comics to publishing, crafts and the new digital world.

We are working in Lazio to build up a sound system for this crucial part of our culture and economy. The Lazio Creativo programme is helping to uncover the many excellent talents that are working in the creativity sector. Some of them are showcased in this publication and in the Lazio Creativo portal (laziocreativo.it).

We talk about successful stories, good ideas that have become concrete projects and in many cases veritable businesses, thanks in part to the support and resources made available by the Local Government.

The faces of those who express their creative talent, encourage us to carry on along this road and deepen our engagement. The challenge is to ensure not only that the creative industry continues to grow, but also that it can "contaminate" other sectors. I am thinking here about manufacturing, tourism, cultural heritage, and so on.

We are well aware that creative talent is one of Italy's "competitive edges", and it can become a real driving force for economic growth and job creation, and in a broader sense a key factor for making the world we live in more beautiful, welcoming and inviting.

Nicola Zingaretti

Presidente della Regione Lazio
President of Lazio Region



Un bel ritratto di una generazione vivace e ben decisa a non rinunciare al suo ruolo

A fine portrait of a dynamic generation determined to make its mark

Ecco, siamo al terzo ritratto della nostra “meglio gioventù”, ragazze e ragazzi che hanno realizzato un progetto, un sogno, una visione, una passione.

Sono l'avanguardia di una schiera di under 35: designer, scrittrici, artisti, fotografe, stilisti, musicisti, architetti, attrici e registi, sono geniali millenials capaci di creare applicazioni, di usare tutti gli strumenti della modernità e crearne di nuovi.

I giovani creativi vanno protetti e sostenuti.

Noi, Assessorato alla Cultura e Politiche Giovanili della Regione Lazio, abbiamo incominciato, tre anni fa, ad andarli a cercare. Abbiamo chiesto, il primo anno, a dieci esperti di segnalarci i casi con cui erano entrati in contatto, abbiamo mandato dieci scrittori a stanarli e intervistarli, abbiamo chiesto a un grande fotografo di cogliere in un'istantanea il loro sorriso, combattivo o malinconico, ma mai arreso.

Nel 2017 e nel 2018, invece, i ragazzi e le ragazze si sono presentati autonomamente con i loro progetti, e una commissione di esperti ha scelto nel mazzo. Altri dieci giovani scrittori hanno offerto la loro voce per raccontarli.

Così abbiamo confezionato le prime tre puntate di una mappa della creatività giovanile diffusa nella nostra regione, un bel ritratto, il ritratto di un Paese sano, di una generazione vivace e ben decisa a non rinunciare al ruolo che i più giovani hanno sempre avuto, nella storia. Quello di stimolare lo sviluppo, tecnologico, espressivo, artistico.

Sostenere e proporre come modello i creativi, vuol dire mettere mano all'annoso problema della disoccupazione giovanile con coraggio e, soprattutto, con la consapevolezza che produrre “opere dell'ingegno”, è uno dei pochi “lavori” che gli androidi non potranno fare al posto nostro. Al posto degli umani.

This is the third edition, or “portrait”, of our best young men and women who have had a dream, a vision, a passion, and turned it into a concrete project in real life.

They are the vanguard of an army of under 35s: designers, writers, artists, photographers, stylists, musicians, architects, actors and directors. They are the talented “millennials” capable of creating apps, making the most of all modern instruments and technology and creating new ones.

Creative youngsters need to be protected and supported.

We at the Department of Culture and Youth Policies of the Lazio Region began to hunt for them three years ago. In the first year we asked ten experts to inform us of people they had come into contact with, and then sent ten writers to seek them out and interview them. We also asked a great photographer to take a snap of them, revealing countenances that might be pugnacious, or wistful, but never defeated.

In 2017 and 2018, instead, youngsters submit their projects to us, and a panel of experts choose the best of them. Another ten young writers agreed to tell their story.

So now we have completed the first three parts of a map of youth creativity in our region. It is a fine portrait, the picture of a country in rude health, of a dynamic generation that is determined not to relinquish the role that youngsters have always had in our history. Which is that of stimulating growth, be it technological, expressive or artistic.

Supporting creative persons and proposing them as a model means dealing with the thorny problem of youth unemployment in a courageous way, aware in particular that the production of “creative works” is one of the few things that androids will not be able to do for us humans.

Lidia Ravera

Assessora alla Cultura e Politiche Giovanili della Regione Lazio
Minister for Culture and Youth Policies of Lazio Region

LAZIO
CREATIVO



Ottime idee per creare ottime startup

Excellent ideas to build excellent startups

Presentiamo la terza edizione di questo volume, pensato per accompagnare il programma Lazio Creativo, con cui la Regione si propone di favorire la nascita di nuove imprese dai talenti creativi che animano il territorio.

Proprio in questi giorni, ad arricchire le azioni di promozione e gli strumenti finanziari già in essere, Lazio Innova, per conto della Regione, lancia il terzo bando del Fondo della creatività, dedicato a startup culturali e creative di settori come l'audiovisivo, le tecnologie applicate ai beni culturali, l'artigianato artistico, il design, l'architettura, la musica.

Insieme alla Regione, nel 2017 abbiamo promosso 8 hackathon e contest rivolti ai giovani e giovanissimi e alle startup, per far emergere la componente creativa e innovativa.

In riferimento al Contest "100 Storie di creatività del Lazio", in questo volume riportiamo i progetti scelti da una Commissione di valutazione composta da 10 esperti (professionisti, artisti, docenti universitari) che hanno prestato gratuitamente il loro tempo per valutare i progetti, avanzando al tempo stesso proposte per rendere più efficace il programma Lazio Creativo.

A loro va il nostro ringraziamento, nella consapevolezza che il successo dell'azione pubblica non può prescindere da una piena condivisione degli obiettivi da raggiungere.

Combinare creatività, innovazione e voglia di fare impresa è dunque l'obiettivo che vogliamo condividere attraverso la pubblicazione del volume.

We present the third edition of this book, designed to accompany the "Lazio Creativo" programme, a Regional action that aims to facilitate the founding of new businesses by the creative talents that enliven this area of Italy.

To supplement the existing promotional activities and financial tools, at the present time Lazio Innova - on behalf of the regional government - is launching the third call for applications to the Creativity Fund, dedicated to cultural and creative startups in sectors such as audio-visual, technologies for application to cultural heritage, artistic craftsmanship, design, architecture and music.

Together with the Region, in 2017 we supported 8 hackathons and competitions for young and very young entrepreneurs and startups, with a view to encouraging the emergence of innovation and creativity.

With reference to the "100 Stories of Lazio Creativity" contest, in this book we collect the projects selected by an evaluation committee composed of ten experts (professionals, artists and university lecturers) who have freely given their time to assess the projects and submit their proposals to make the Lazio Creativo programme more effective.

We would like to thank them for their contribution, in the knowledge that the success of public action cannot be achieved without full support and sharing of the desired goals.

The objective we seek to share by publishing this book, then, is to combine creativity, innovation and the determination to build a business.

Stefano Fantacone

Presidente Lazio Innova SpA

President Lazio Innova SpA

Moda

WAZZLOOOO

LAZIO
CREATIVO

Osserva, apprendi da ogni cosa. Ce la puoi fare, se ti impegni fermamente sarai moda

Observe and learn from everything.
You can do it if you apply yourself - you can be fashion

Moda: termine mutevole nel significato e nel valore intrinseco. Tutto è moda, niente è moda, semplicemente tu sei moda. Il designer di costume o di accessori deve cercare dentro se stesso e tradurre le sue emozioni e la sua sensibilità artistica, comunicando tramite gli oggetti o gli abiti che realizza.

La moda non è coprirsi o cavalcare una corrente contemporanea ma è un linguaggio, con una funzione sociale di comunicazione altissima. Creare moda è un viaggio interiore che si trasferisce nella realizzazione di abiti o accessori che devono necessariamente tradursi in un giusto equilibrio tra creatività e concretezza di impresa.

Mai scoraggiarsi. Occorre studiare, documentarsi, creare, provare e riprovare, cercare contatti, partners, viaggiare, leggere: tutti passaggi che servono ad avviare un percorso che potrebbe tradursi in un bellissimo e affascinante viaggio nell'anima delle persone. Qualsiasi oggetto che ci circonda è stato sognato, pensato, disegnato e creato da un designer; anche la sedia dove sei seduto ora a leggere è stata pensata, studiata, ideata da un creativo. Ma solo alcuni di essi hanno segnato la storia, avendo trovato il giusto equilibrio tra originalità e concretezza di business.

Credi in te e nel tuo progetto ma ascolta sempre, osserva sia con gli occhi che con il cuore, studia l'aspetto commerciale. E se non sai da dove iniziare, fatti aiutare; vedrai che sviluppando la parte economica riuscirai ad aprire porte mentali che non avresti mai immaginato. Ce la puoi fare, se ci credi fermamente sarai moda.

Fashion. A word with so many meanings and intrinsic values. Everything is fashion, nothing is fashion - simply put, you are fashion. Designers of clothes or accessories must search inside themselves to express their emotions and artistic sensibilities through the objects and garments they create.

Fashion is not about simply clothing yourself or riding the coat-tails of the latest trend, it is a language that provides social communication at the highest level. Creating fashion is an internal journey that is transferred into the creation of garments or accessories. And these must inevitably translate into the right balance of creativity and business sense.

Never lose heart. What's needed is to study, research, create, try and try again, look for contacts, even look for partners, travel and read. Every step you take can lead you along a route that could turn out to be the most wonderful, fascinating journey into people's hearts. Each and every object around us has been imagined, thought about, designed and created by a designer. Even the chair in which you are now sitting while reading, has been considered, studied, devised by a creative mind. But only a few have been marked down in history, because they found just the right equilibrium between originality and business acumen.

Believe in yourself and in your project, but always listen, observe both with your eyes and with your heart, study the commercial perspective. If you don't know where to start, ask for some help - you'll see that developing the financial aspect will help you open mental doors that you could never have imagined. You can get there if you firmly believe that you will be in the fashion industry.

Ilaria Jve

Nata a Roma, Ilaria Jve è un'autentica mente creativa che spazia dalla invenzione di oggetti alla consulenza per l'ottimizzazione estetica della pubblicità. Ha studiato oreficeria, incastonatura e micromosaico in Italia e in Grecia, a Salonicco, vincendo premi nazionali e all'estero come scultrice orafa. Diverse riviste di settore si sono interessate a lei. Come pittrice, ha esposto alla biennale in Portogallo, in importanti gallerie e su strada.

Nel 2010 ha fondato "ArtMapTV", la prima web art TV al mondo, specializzata nei live stream dalle fiere d'Arte. Tanti progetti portano la sua firma, tra cui "Divina Vanitas" (2015).

Born in Rome, Ilaria Jve has an original, creative mind that extends from object design to consultancy for the aesthetic optimisation for advertising. She has studied goldsmithing, jewel setting and micro-mosaic work in Italy and in Salonica, Greece, and she has also won awards in Italy and abroad as a gold sculptress. Many industry magazines has been interested in her. As a painter, she has exhibited at the Biennale in Portugal, at important galleries and on the street.

In 2010 she founded "ArtMapTV", the world's first web-hosted art TV channel, specialised in the live streaming of events at Arts fairs. Many are the projects she signed, one of them is "Divina Vanitas" (2015).



T By Eclēpti

clepti.com
gsbarigia@eclēpti.com

La sfida ai brand della moda del designer Giulio Sbarigia parte da un accessorio rivoluzionario nella sua essenzialità.

Giulio è un designer di 32 anni, 18 dei quali spesi a inseguire la passione per il design, che è riuscito a trasformare in un lavoro, aggiudicandosi premi a livello internazionale come il Red Dot Award, IF Award e il German Design Award.

Erasmus alla Design Academy di Eindhoven in Olanda, laurea triennale alla Sapienza Università di Roma e specialistica allo IUAV di Venezia/Treviso, quindi lavoro in Alto Adige, dove "ho imparato il mestiere vero e proprio". Oggi Giulio vive e lavora tra Roma, Bolzano e Milano, progettando per grandi aziende italiane e straniere su commissioni che spaziano in campi del product design totalmente diversi tra loro (medicale, automotive, footwear, sport, ecc.).

Queste esperienze eterogenee, unite alla passione per la moda e a una costante ricerca rivolta all'identità e al minimalismo, lo hanno indotto a creare il brand Eclēpti e il suo prodotto di punta "T", che veicola "una filosofia poliedrica caratterizzata da un forte spirito di innovazione". Giulio punta a cercare oltre la nebbia del già visto.

In lui, passione e costanza sono insiti nel talento stesso e concorrono alla realizzazione del progetto, che attraverso il metodo e un processo creativo consolidato produce un risultato finale tangibile. Libertà di espressione che "vuole portare la gente a non legarsi a mode passeggere, ma a creare una identità anche attraverso dettagli in grado di rispecchiare personalità e passioni".

"T" non è una cravatta ma un nuovo concetto di accessorio modulare e unisex che non si limita a rivoluzionare il prodotto ma anche un gesto di uso quotidiano. "La diversità dell'individuo è la forza di questo progetto".

Il passo successivo per Giulio sarà trovare i finanziamenti per una campagna pubblicitaria rivolta ai mercati indie, da sempre alla ricerca del diverso inteso come alternativo.

Jason Ray Forbus

Designer Giulio Sbarigia's challenge to fashion designer brands starts with a revolutionary minimalist accessory.

Giulio is a 32-year-old designer. 18 of those years were spent following his passion for design, which he has succeeded in making into his career, being awarded international prizes such as the Red Dot Award, IF Award and the German Design Award.

He has completed an Erasmus year at the Design Academy in Eindhoven, Holland, a three-year degree at the Sapienza University of Rome and a specialisation at IUAV (Higher Institute of Architecture) in Venice and Treviso and then he worked in the Alto Adige region, where "I really learnt the job properly". Today, Giulio lives and works between Rome, Bolzano and Milan, as a designer for large Italian and foreign companies on product design commissions in completely different sectors (medical, automotive, footwear, sport, etc.).

These mixed experiences united with his love of fashion and his continuous research make him focusing on identity and minimalism and creating the Eclēpti brand and his flagship product "T", which conveys "a multifaceted philosophy characterised by a strong spirit of innovation". Giulio is working to find something "beyond" the fog of the "already seen".

For him, passion and perseverance are intrinsic to talent itself and contribute to the realisation of a project, which, by means of a method and a well-established creative process, can produce a tangible final result. A freedom of expression that "brings people to disconnect themselves from passing trends, but to create an identity through details that reflect personalities and passions".

"T" is not a tie, but a new concept in modular, unisex accessories that not only frees us to revolutionise the product but also its daily use. "Diversity in the individual is the strength of this project".

Giulio's next step is to find investments for an advertising campaign aimed at the Indie markets, which have always been on the lookout for differences seen as alternatives.



Luca Cristofori

lucacristofori.com
luca.cristofori@yahoo.it

Laboratorio sartoriale di Caprarola, specializzato nell'ideazione e realizzazione di abbigliamento tecnico sportivo.

Tra i vicoli di Caprarola, suggestivo borgo del viterbese affacciato sul lago di Vico, ha sede una sartoria artigianale che prende le mosse dall'incanto circostante, pur declinandolo in modo originale. Laboratorio delle meraviglie, dove tra l'esuberanza barocca di pizzi, luccichini, strass e paillettes si confezionano body da competizione per diverse discipline sportive.

Una ragazza entra nel laboratorio e resta a bocca aperta: sente tutta l'aspettativa della debuttante. È un'atleta. Sa che daranno vita a un costume modellato su di lei e sa che in quel costume farà un figurone.

Il demiurgo di questo scenario è Luca Cristofori. Basta guardarlo negli occhi per capire che, degno figlio di una postmodernità che attinge a piene mani esperienza e creatività dai campi più disparati - scultura, musica, danza, moda - ne sa una più del diavolo. Disegna e realizza costumi anche per gruppi di majorettes, ma è stato scultore, ha allestito carri allegorici, ha realizzato installazioni sulle facciate di edifici. A ben pensarci, è passato dalla plasticità delle cose a quella dei corpi.

Inizialmente legata all'attività folkloristica, quella delle majorettes è adesso una vera e propria disciplina ginnica. La rivoluzione che questo salto di qualità ha comportato nel campo dell'abbigliamento è stata affidata a Luca e ai suoi studi sulla lycra: non più un costume rigido ma uno più elastico che esalta il gesto atletico. Certo ci voleva anche altro: l'impatto scenico.

E allora dettaglio, rifinitura, eleganza. Un lavoro che, nei campionati mondiali di majorettes, in Croazia, ha incantato i presenti. Luca era lì, bombetta, papillon e gilet tricolore, in veste di portabandiera. E adesso, nella sua fucina-laboratorio tra i vicoli di Caprarola, gli ordini arrivano anche dall'estero.

Simone Ungaro

Tailoring laboratory in Caprarola, specialised in designing and making of technical sports clothes.

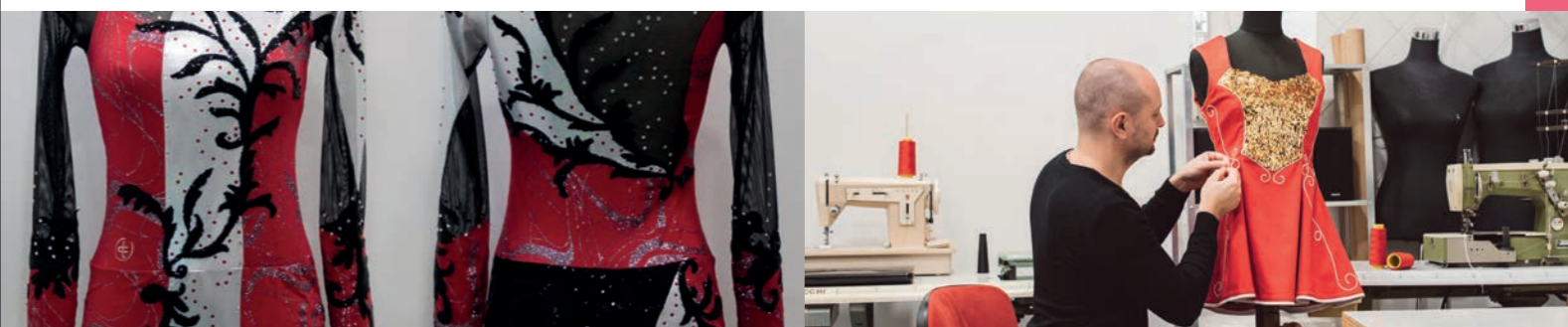
In the narrow alleyways of Caprarola, a charming village near Viterbo that overlooks the Vico Lake, you can find an artisan tailoring company that takes its inspiration from its enchanting surroundings, just to deflect them in its own, inimitable style. It's a laboratory of marvels, where among the exuberance of Baroque lace, tiny spangles, rhinestones and sequins, body suits for a variety of sports competitions are made.

A girl goes into the laboratory and stands with her mouth open. She feels all the expectation of a debutant. She's an athlete. She knows they will create a tailor-made costume for her, and, in that costume, she will look like a million dollars.

The creator in this scenario is Luca Cristofori. As a worthy son of postmodernism that draws fully experience and creativity from many disparate fields - sculpture, music, dance, fashion - you only have to look him in the eye to know that he knows more about it than the devil himself. He even designs and crafts costumes for majorette troupes, but he was a sculptor, used to arrange allegorical carnival wagons and he has made installations for the fronts of buildings. When you really think about it, he has moved from the plasticity of things to that of bodies.

Initially linked to folklore activities, the majorettes activity is now a true gymnastic discipline: twirling. The revolution that this step change has implied for clothing, has been entrusted to Luca and his studies on Lycra. No longer a rigid costume, but something more elastic that emphasises the athlete's movements. Of course, there is more than that - there is the theatrical effect.

So come details, finishing touches, elegance. A work that enchanted everyone during the majorette's world championships in Croatia. Luca was there, in his bowler hat, bow tie and tricolour waistcoat, as a standard bearer. Now, in his forge-laboratory in the alleyways of Caprarola, he's even getting orders from abroad.



Contextu Design

valentinanebolini.wixsite.com/ricercapdtadesign
arch.nebolini@live.it

Architetto e designer, Valentina Nebolini ha progettato un software che punta a promuovere il design made in Italy.

Già nel nome, "Contextu Design" porta con sé la sostanza e il significato del progetto. Contesto. Tessuto. Design.

Valentina Nebolini, classe 1988, ha sviluppato il progetto pilota per la creazione di un portale con lo scopo di promuovere le eccellenze tessili del design italiano. Attualmente, la realizzazione del progetto è ancora in divenire. "Contextu" nasce nel 2014 da un dottorato di ricerca e nella sua forma primaria si rivolge al campo della moda, ma è una realtà versatile che potrebbe essere applicata a molti settori dell'artigianato e della creatività.

Il format di base è quello di sviluppare un portale web che diventi un punto di riferimento e di consultazione sia per le produzioni del settore tessile che per i creativi della moda. Una sorta di catalogo multimediale in cui le aziende possono proporre un processo o un'innovazione tessile, successivamente esaminata da una commissione scientifica che, avvalendosi di vari strumenti di valutazione, ne valuterà l'idoneità.

Il risultato è una selezione di aziende che sviluppino un forte senso identitario sul territorio e che propongano materiali di altissima qualità, rigorosamente made in Italy e dal processo produttivo eco-sostenibile. Se da un lato "Contextu" è uno strumento di promozione per le migliori aziende tessili presenti nel Paese, dall'altro diventa un punto di riferimento per gli utenti finali: i creativi della moda, che attraverso la consultazione del database, possono accedere a una lista di fornitori di provenienza certificata.

In questo ambito, il progetto promuove un circolo virtuoso, dando la possibilità ad aziende e creativi di sviluppare nuove idee, sempre nell'ambito di un processo produttivo sostenibile e totalmente realizzato in Italia.

Valentina D'Urbano

Architect and designer, Valentina Nebolini has created a software to promote the Made in Italy design.

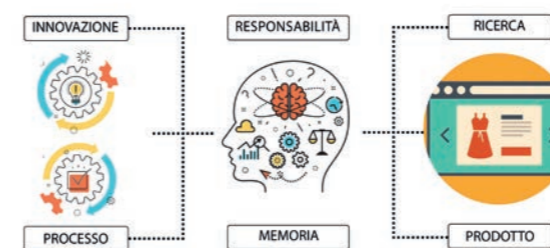
Even the name of this project, "Contextu Design", conveys its substance and meaning. Context. Textiles. Design.

Valentina Nebolini, born in 1988, has developed a pilot project for the creation of a portal to promote the superior quality of Italian designed textiles. At present, the realisation of this project is yet to be completed. "Contextu" was born in 2014 from a PhD and in its original form it was aimed at the fashion industry, but it is actually quite versatile and could be applied to many craftsmanship and creativity sectors.

The basic format is the development of a web portal that will become a consultation and reference point for either textile industry productions or creative talents in the fashion industry. A sort of multimedia catalogue where companies can offer a textile process or innovation, which can then be examined by a scientific panel, with the aid of various evaluation tools, to assess its suitability.

The outcome is a selection of companies that develop a strong sense of local identity, and offer high quality materials, strictly made in Italy and produced with an eco-friendly process. "Contextu" is, on the one hand, a promotion tool for the best textile companies in Italy, and on the other, it becomes a point of reference for end users, such as creative talents in the fashion industry, who can then access a list of certified suppliers, by consulting the database.

In this way, the project promotes a virtuous circle, giving companies and creatives the opportunity to develop new ideas, with a production process always eco-friendly and entirely based in Italy.



AMBITO



CONTESTO



CONFINE

L'arte di arrangiarsi

cheaplobsterblog.com
romeiflavia@gmail.com

Cheaplobster è una innovativa piattaforma fashion progettata da Flavia Romei, intraprendente architetto di Frascati.

Immaginate cosa può succedere se ci si mette in testa di fondere moda, architettura, ecologia e lifestyle.

Se volete averne un'idea, visitate il sito cheaplobsterblog.com, attivo dall'agosto del 2015, interamente pensato, strutturato e realizzato dalla 25enne Flavia Romei, originaria di Frascati. Divenuta architetto, ha subito cercato di estendere i suoi orizzonti professionali frequentando un corso di alta sartoria e un master sui tessuti. Romei aspira infatti a diventare una designer, e intanto mette in pratica quello che sta imparando sul suo blog: "un diario di vita" in cui racconta il suo modo di vedere il mondo "attraverso l'arte di arrangiarsi", offrendo anche servizi alle sue utenti.

Flavia è partita dalla sua condizione di studentessa. Pochi soldi in tasca e tanta volontà. Ha sfruttato quest'ultima. Come?

Avendo la passione per la moda ma non potendosi permettere capi costosi, ha messo a frutto la sua creatività iniziando a replicarli, proponendone una versione "cheap", alla portata di tutti.

Nella sezione re-fashion di cheaplobsterblog.com, Flavia mostra poi la capacità di riadattare ai nostri tempi accessori e vestiti ormai passati di moda, spingendo sul loro riuso; inoltre, essendo un'amante di viaggi, nella sezione travel ci delizia con le sue creazioni ispirate da cibo e arte dei posti che esplora (date un'occhiata alla t-shirt a tortellino!).

Con un occhio fresco, Flavia ripensa un mestiere antico; crea e dà soluzioni, risponde e dà consigli alle ragazze che le scrivono. Spiega che fare vestiti "non è poi così difficile". Rende possibile ciò che altrimenti per molte sarebbe impensabile: è questa l'arte di arrangiarsi. Sentirla parlare è fare un bagno di concretezza e fantasia, fermezza e creatività. Flavia sogna che Cheaplobster diventi un marchio. Il nostro augurio è che si avveri.

Martina Germani Riccardi

Cheaplobster is an innovative fashion platform designed by Flavia Romei, an enterprising architect from Frascati.

Imagine what happens when you blend together fashion, architecture, ecology and lifestyle.

To get some idea, have a look at the cheaplobsterblog.com website, which has been active since August 2015 and has been conceived, structured and created by the 25-year-old Flavia Romei, from Frascati. After becoming an architect, she immediately broadened her professional horizons by following an haute couture course and a Masters in textiles. Romei wants to become a designer, and in the meantime, she is putting into practice what she is learning on her blog: "a life diary" where she describes her way of seeing the world "through the art of getting by", even offering services to her readers.

Flavia started from her life as a student. Little money in her pocket but lots of energy. She made use of the latter, but how?

Having the passion for fashion but not the means to buy expensive clothes, she has put her creativity to use by reimagining them, and offering a "cheap" version that everyone can afford.

In the re-fashion section of cheaplobsterblog.com, Flavia shows also her flair for remodelling outdated accessories and clothes for the here and now, moving towards their reuse. In addition, in her travel section she has creations inspired by the food and art she has seen on her much-loved travels (have a look at the tortellino t-shirt!).

With her fresh perspective, Flavia is rethinking an old trade. She creates and offers solutions, replies to and gives advice to the young women who write to her. She explains that making clothes "isn't that difficult". She makes possible what would be unthinkable to others: this is her art of getting by. Listening to her speak immerses you in a mix of pragmatism and imagination, willpower and creativity. Flavia's dream is to turn Cheaplobster into a brand. Our wish is that she succeeds.



Flavia Romei



An Akward Beauty

behance.net/ChiaraIacobelli
chiara.iacobelli@gmail.com

Capsule collection ispirata al tema dell'emarginazione, che punta a ridefinire i canoni tradizionali della bellezza.

È possibile trovare bellezza lì dove nessuno la cerca? La moda, che con le sue regole esercita un forte potere di inclusione sociale, può farsi ispirare dall'emarginazione? Chiara Iacobelli ne è convinta e con la sua Capsule di abiti "An Akward Beauty" ha reinterpretato i criteri estetici tradizionali prendendo spunto da reietti e borderline. "Il progetto nasce come tesi di diploma per il master al Polimoda di Firenze. Sono partita da una ricerca sul teatro Nō giapponese in cui gli attori, per accrescere il volume del corpo, indossavano diversi kimono, uno sull'altro, e mettevano sul volto una maschera per richiamare i defunti sulla terra", afferma Chiara.

La ragazza studia poi l'etimologia del termine *maschera*, che deriva dalla voce preindoeuropea *masca* che significa: fantasma nero.

"Mi sono chiesta chi fossero i fantasmi di oggi, gli invisibili che nessuno considera. Ho pensato ai malati di mente e ai barboni. Anche loro, per rispondere a istinti compulsivi o per difendersi dal freddo, si vestono a strati". Chiara viene colpita anche dagli scatti della fotografa americana Diane Arbus che ritraggono gli ospiti di una casa di igiene mentale travestiti per Halloween con maschere di carta e mucchi d'indumenti.

"Ho creato cinque outfit e riprodotto con varie textures quella stratificazione tipica del teatro Nō e dell'abbigliamento degli emarginati. Ho utilizzato tessuti di varia pesantezza come la seta, il velluto, la canapa e disegnato abiti che sembrano bozzoli".

Oltre a scegliere attentamente i materiali, Chiara ha impreziosito la sua collezione con lavorazioni come il *dévoré* e la stampa su plissé. "Pezzi unici in grado di rafforzare l'identità di chi li indossa. Per comunicare che la bellezza può uscire dai canoni e seguire altre strade. Anche quelle scomode e dimenticate".

Serena Berardi

Capsule collection inspired by the theme of marginalisation that aims to redefine the traditional standards of beauty.

Is it possible to find beauty where no one is looking for it? The rules that guide fashion exert a powerful force on social inclusion, but can we be inspired by those who are marginalised? Chiara Iacobelli is convinced we can and with her Capsule collection named "An Akward Beauty" she has reinterpreted the traditional aesthetic criteria by taking her cue from outcasts and people on the limits of society. "The project was started as a diploma thesis for my Masters at Polimoda in Florence. I began with research into the Japanese Nō theatre where the actors wear different kimonos, one on top of the other, to make their bodies appear larger, and where they put masks on their faces to call the deceased back to earth", Chiara states.

She then went on to study the etymology of the word *maschera*, which is derived from the pre-Indo-European word *masca*, that means black ghost.

"I asked myself who would be modern day ghosts, the invisible people that no one considers. I thought about the mentally ill and the tramps. Even they wear layers of clothes in response to their compulsive instincts or to keep warm". Chiara was also struck by the shots taken by the American photographer Diane Arbus which show patients at a mental health institute dressed up in cardboard masks and layers of outfits for Halloween.

"I created five outfits and I reproduced with various textures the layering typical to the Nō theatre and to the clothes of the people on the margins. I used fabrics of differing weights like silk, velvet and hemp, and I designed clothes that looked like cocoons".

In addition to carefully choosing fabrics, Chiara has embellished her collection with techniques such as *dévoré* and pleat printing. "These are unique pieces to reinforce the identity of the people who wear them. They communicate that beauty can go beyond the accepted standards and follow another route. Even one that is awkward and forgotten".



Rouches Collection Amahra

amahra.it
info@amahra.it

Borse morbide e voluttuose realizzate artigianalmente intrecciando con stile le migliori idee di tre madri e amiche.

Martina, Marilena e Chiara. Cucendo insieme i loro nomi nasce Amahra. La trama della loro amicizia crea un tessuto di relazione che diventa brand. Si incontrano negli scampoli di tempo da neo mamme, spingono carrozzine mentre fanno jogging e rincorrono un'idea: mettere insieme le loro professionalità e realizzare borse uniche.

In un dolce pomeriggio, tra madeleine calde e tè fumanti, scelgono di mostrare le prime realizzazioni a qualche amica. In quel raffinato locale di Prati è presente, per caso, Cristina Parodi, che ne sceglie una per caratterizzare il suo outfit.

Quell'incontro accelera la corsa degli eventi. La popolarità della conduttrice, che si ritrae in foto con una bellissima borsa con le ruches - una striscia di pelle morbida come un'onda, ornamento e dettaglio visivo che rende la borsa un perfetto complemento casual chic - si tramuta in popolarità del neonato brand.

La shopper è la loro prima borsa, quella che rappresenta l'inizio di una produzione che si amplia nelle dimensioni - mini, midi, maxi - e nei modelli, pochette, zaino, tracolla.

L'unione di personalità preziose si rispecchia nella sovrapposizione bicromatica del pellame. Nelle borse Amahra confluiscono diversi modi di essere donne delle ideatrici - madri, professioniste, creative ma soprattutto amiche - che scelgono di accostare colori intriganti senza mai perdere la tenerezza e l'eleganza, esaltata dal vitello nappato morbido e dallo scamosciato.

Materiali di alta qualità modellati da una produzione rigorosamente made in Italy, capace di celebrare la qualità dell'artigianato. Amahra, come tutte le creature, contiene lo spirito di chi l'ha generata. Le borse si adattano a ogni sfumatura di femminilità, sono opere d'arte e moda intessute di passione vera, estro creativo e amicizia.

Elisa Cappai

Soft and sumptuous handcrafted bags stylishly entwining the best ideas from three mothers and friends.

Martina, Marilena and Chiara. By stitching together their names, you get Amahra. The story of their friendship created an interwoven relationship that became a brand. They met in their spare time as new mothers, pushing prams while they went jogging and chasing an idea: putting together their professional skills to make unique bags.

One pleasant afternoon, over warm Madeleines and piping hot tea, they chose to display their first creations to a few friends. By chance, Cristina Parodi was in that refined bar, and she chose one of the bags to characterize her outfit.

This meeting accelerated the course of events. The popular TV host was shown in photos with a fabulous ruched bag - the ruches are made from soft leather strips shaped into waves - a decoration and visual detail that make the bag an ideal complement to casual chic outfits. These images created the appeal of the newly established brand.

The tote is their bestselling bag. It represents the start of a production that has broadened in range - mini, midi, maxi - as well as in models, to include purses, back packs and shoulder bags.

The combination of their valuable personalities is reflected in the two-tone leather overlays. The different aspects of being a woman flow from the designers into the Amahra bags - mothers, professionals, designers, but above all friends - who choose to put together engaging colours without ever forgetting elegance and tenderness, all this enhanced by the soft, napped calfskin and by suede.

High quality materials shaped by a rigorously Made in Italy production, make it possible to celebrate their craftsmanship value. Amahra, as all creations, is infused with the spirit of those who made it. The bags adapt to every shade of femininity. They are works of art and fashion interwoven with real passion, creative flair and friendship.



Marilena Incutti
Martina Bartomeoli
Chiara Lopedote



Trilli e gingilli, bouquet designer

www.trillieginginilli.com
info@trillieginginilli.com

Nel cuore di Monteverde, l'atelier di Sara reinterpreta con originalità il look della sposa, creando originali bouquet.

Bottoni, stoffa o carta e poi nastri e punti luce. Chi ha detto che il bouquet della sposa debba essere solo composto da fiori?

Sara Passeri ha portato una piccola rivoluzione nel rito del matrimonio poiché è riuscita ad interpretare il gusto di chi cerca di dare un tocco di originalità alla propria festa. Un'attività che nasce a Roma, più precisamente a Monteverde vecchio, quartiere di villini e, ironia della sorte, giardini in fiore. Qui Sara ha aperto il suo atelier dopo aver studiato letteratura e aver lavorato in diversi ambiti e una collaborazione con un wedding planner.

Le creazioni del fai da te erano un hobby fino al giorno in cui una coppia di sposi le ha chiesto se poteva applicare a un bouquet le sue creazioni con i bottoni. È nata così la "vita creativa" di Sara, così la definisce. E poi "Trilli e gingilli", l'atelier di bouquet alternativi che mostra e vende sul web i suoi prodotti.

Le richieste sono diversissime: dalla maestra di matematica che vuole fiori di carta fatti di equazioni, espressioni, segni più e meno, parentesi graffe; a chi vuole il suo libro preferito o lo spartito del brano del cuore nel proprio bouquet. Ci sono spose che desiderano un accessorio dello stesso tessuto del vestito e si prodigano per far avere a Sara i ritagli dello strascico. Ma anche gioielli, magari una spilla di una nonna che non c'è più, per confezionare un bouquet che non appassirà mai.

È un'attività che richiede la capacità di ascoltare e interpretare i gusti o talvolta i capricci di chi vuole organizzare il giorno perfetto. Un giorno che - Sara lo ammette - lei sognava sin da piccola, un lavoro per il quale è richiesta una buona dose di romanticismo.

E anche, l'inventrice di "Trilli e gingilli", è finalmente arrivata all'altare, guarda caso poco dopo aver aperto l'atelier. E con un bouquet, ovviamente fatto da lei.

Caterina Grignani

With her atelier in the heart of Monteverde, Sarah reinterprets the bride's look creating originals bouquet.

Buttons, fabric or paper and then ribbons and sparkles. Who says that the bride's bouquet must be composed only of flowers?

Sara Passeri has brought a small revolution in the marriage rite: she has succeeded in interpreting the taste of everyone who wants to give a touch of originality to wedding. Her activity is born in Monteverde, an old neighbourhood of Rome with small houses and, ironically, gardens in flower. After literary studies, works in different fields and a collaboration with a wedding planner, Sarah has opened her studio.

For Sara the "do-it-yourself" creations were a hobby up to the day when a couple asked her if she could apply her creations with buttons to a bouquet for their marriage. So the "creative life" of Sara, as she defines it, started and then came her studio of alternative bouquet "Trilli e gingilli", where products are shown and sold on the web.

The requests are very different: from the teacher of mathematics, who wants paper flowers made of equations, expressions, plus and minus sign and curly brackets, to the ones who want their preferred book or heart song score in their bouquet. There are brides who wish an accessory of the same fabric of their dress and give Sara the offcuts of their train. But also jewels, like a pin of a grandmother who is gone, to create a bouquet that will never wither.

It is an activity that demands the ability to listen to and to interpret the tastes, and sometimes also the whims, of everyone who wants to organize the perfect day. A day that - Sarah admits it - she dreamed about since she was a child. A job for which a good deal of romanticism is needed.

And now, even the creator of "Trilli e gingilli" is about to marry, just little after the opening of her atelier. And with a bouquet, obviously created by herself.



Sara Passeri



Pica

pieracatena.it
info@pieracatena.it

Un marchio ideato a Fondi da Piera Catena che promuove il made in Italy producendo accessori con materiali di qualità.

Lontano dalle logiche del mercato dell'usa e getta e con l'intento di difendere la qualità della produzione italiana, nel 2015 a Fondi è nato il marchio "Pica", termine che deriva dall'unione delle prime due sillabe del nome e cognome della sua ideatrice, Piera Catena, giovane designer formatasi allo IED di Roma.

Nello stesso anno, il progetto "Pica" è entrato a far parte di "Made in Italy Corner" per l'attenzione che rivolge alle fasi di ideazione e progettazione di borse e accessori e per l'impiego di materiali di qualità, prevalentemente pellami, selezionati appositamente dalla designer rivolgendosi esclusivamente a fornitori italiani.

La prima collezione è stata presentata in occasione di sfilate ed eventi nazionali di settore, organizzati per incoraggiare un recupero delle radici artigianali del made in Italy, che negli anni 50 e 60 aveva raggiunto il suo massimo splendore restando immune dalla produzione seriale ed omologante del mercato americano. Piera Catena si è concentrata sulla ricerca dei materiali e sulle rifiniture dei dettagli, prediligendo linee essenziali e raffinati tagli geometrici. Si è occupata anche della distribuzione, al fine di garantire ai suoi clienti un design sempre originale dei singoli prodotti: pezzi unici dalla marcata personalità, realizzati interamente a mano, che rievocano un'eleganza d'altri tempi.

Attualmente "Pica" è giunta alla seconda collezione, ispirata alle forme primitive e geometriche delle collane indossate dai guerrieri dell'antica civiltà Maya.

La designer sogna di far crescere il proprio brand senza dover cedere a compromessi con il mercato, mantenendo fede alla sua originaria scelta, quella di presentare ogni anno una collezione inconfondibile e di qualità.

Simona Pandolfi

A brand invented by Piera Catena from Fondi, to promote Made in Italy by producing accessories with high quality materials.

Far from the ways of thinking of the disposable products market and with the aim of defending the quality of Italian production, the "Pica" brand was invented in Fondi, in 2015. The name comes from the union of the first two syllables of the creator's first and second names, Piera Catena, a young designer who trained at the IED (European Institute of Design) in Rome.

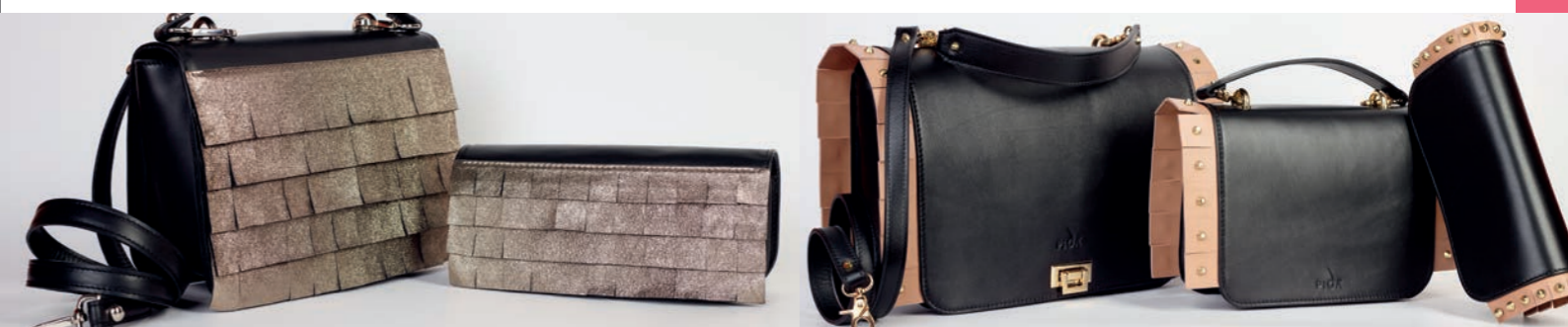
In the same year of its birth, the "Pica" project became part of "Made in Italy Corner", for its attention to creation and design phases of bags and accessories, and for its use of high quality materials, mostly leather, specifically chosen by the designer, who turns only to Italian suppliers.

The first collection was exhibited at fashion shows and national industry events, organised to encourage a return to the handmade roots of Made in Italy, which reached their apex in the 1950s and 1960s, seemingly immune to the mass, conforming production of the American market.

Piera Catena focused her research on materials and on the finishing of details, favouring basic lines and refined geometric cuts. She also dealt with distribution, with the aim of guaranteeing to her customers an original design for every single object: unique pieces with marked characters, entirely handcrafted, and which evokes the elegance of times gone by.

Currently, "Pica" has just completed its second collection, inspired by the primitive, geometric shapes of necklaces worn by warriors from the ancient Mayan civilisation.

The designer dreams of developing the brand without having to make compromises, maintaining faith in her original choices: to present a distinctive, quality collection, every year.



More

morefashion.org
antonella.abbrancati@gmail.com

Nel cuore di Roma, un atelier dove vive l'abito etico, una seconda pelle tagliata su misura che nasce da scarti di qualità.

Esiste un luogo in cui gli abiti vivono seguendo regole proprie. Regole etiche, ecologiche e di riuso prendono una via diversa rispetto alle leggi di mercato. Una magica bottega che trasforma i rifiuti in risorse. L'ha creata Antonella Abbrancati, il cui marchio di fabbrica è "More", acronimo di "Mix Originalità Riuso Etica". L'intuizione scatta durante le ore di laboratorio in materia di ricerca sul Design per Eco-Sistemi presso l'Istituto Superiore Industrie Artistiche di Roma.

Le chiedono: "Cosa faresti per risolvere il problema dei rifiuti tessili?" "Faccio già qualcosa sin da piccola - risponde la giovane designer. Trasformo i rifiuti in cose nuove e originali".

Ma lei fa molto di più. È vero, usa scarti e vari cascami di alta qualità donati da aziende tessili, li assembla in patchwork di fantasie uniche e irripetibili, rivivifica abiti che la gente non usa più. Ma al tempo stesso tira fuori dall'armadio dell'esperienza - nove anni di lavoro e tanti riconoscimenti - le sagge regole di una volta, riattualizzate. "Più sono andata avanti con la sperimentazione sartoriale, più ho preso consapevolezza che il semplice riciclo da solo non basta a risolvere il problema dell'accumulo".

Non parla tanto per parlare, Antonella. Crede veramente in ciò che dice e agisce di conseguenza. Stimola le persone che frequentano la sua boutique all'acquisto consapevole e crea per loro l'abito che definisce "su misura". Si staglia sul corpo seguendo le caratteristiche fisiche e il gusto personale di ognuno, valorizza i punti di forza e maschera i piccoli difetti. "Un abito che ci sta bene e che ci fa stare bene nel nostro corpo, come una seconda pelle" è una sensazione esclusiva. E abbiamo bisogno di poco altro.

Maria Teresa Sammarco

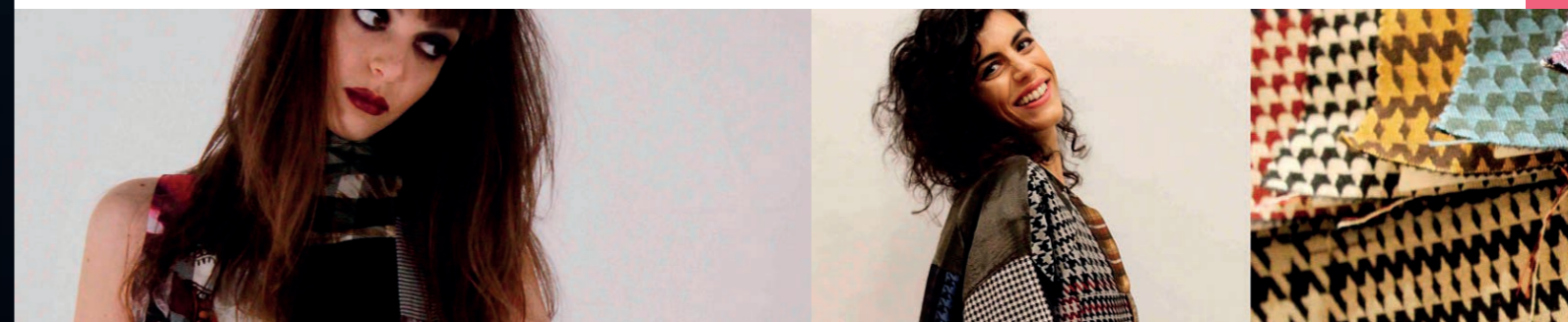
In the heart of Rome, there's a studio where ethical clothes live, perfect fits tailor-made and born of high-quality waste.

There's a place where clothes live by their own rules. Ethical, ecological and reuse rules take a road different from market laws. A magical workshop that transforms waste into resources. Its creator is Antonella Abbrancati, whose production brand is "More", an acronym of "Mix Originality Reuse Ethics". Her inspiration came while spending hours on researches for Design for Ecosystems at the ISIA (Institute for Industrial Art and Design) in Rome.

She had been asked: "What would you do to resolve the problem of textile waste?" "I have already been doing something, since I was a kid," replied the young designer. "I turn rubbish into new, original things".

Yet, she does so much more. It's true, she uses high-quality waste and offcuts donated by textile companies, assembles them in a patchwork of unique and unrepeatable designs, breathing new life into clothes that people no longer want. At the same time, she applies the old, tried-and-tested rules from her experience - nine years of work and many commendations - updating them. "The more I've moved forwards in my experimental tailoring, the more I've realised that simply recycling alone is not enough to resolve the problem of the stockpiling of textiles".

Antonella, doesn't talk for the sake of talking. She truly believes in what she says and acts consequently. She encourages people who come to her shop to make informed purchases and she creates clothes for them, "custom-made". Clothes that stand out on customers bodies following the individual's physical characteristics and reflecting personal taste, highlighting the strong points and masking the flaws. "Clothes that fit you and that you feel good in, just like a second skin". It's a feeling like no other. And we have need of little more.



Saneras

facebook.com/sanerasofficial
sanerasofficial@gmail.com

Un brand che abbina moda e stile di vita: le creazioni di Serena e Siliana tra bellezza, comfort e produzione a km zero.

Serena e Siliana sono due giovanissime gemelle cresciute ai Castelli Romani. "Saneras" il loro brand. "È sempre stato l'obiettivo da raggiungere", un percorso che coltivano da anni.

"È iniziato come istinto di espressione personale, avevamo la stessa indole". A cinque anni recuperavano pezzi di stoffa qua e là e cucivano a mano i vestitini per le bambole. "Ci aiutava la mamma, è una creativa, faceva le vetrate delle chiese, la fioraia".

La loro creatività si è plasmata con la libertà di sfogarla: "Nostra madre non ci ha mai vietato di scrivere sui muri, di sperimentare", la stessa libertà che ora è al centro del loro progetto.

Non mirano a creare singoli capi d'abbigliamento che rispondano alle richieste di un trend capriccioso e repentino ma propongono un intero guardaroba che possa durare negli anni. La loro ossessione è quella di trasmettere, attraverso i loro capi, la bellezza eterna della loro città: Roma.

E la bellezza richiede comfort. "Vogliamo che una persona si senta comoda e bella, ci mettiamo nei panni di chi comprerà", tessuti naturali e di qualità, possibilmente a chilometro zero, "abbiamo scelto di appoggiarci a laboratori sartoriali dei Castelli. Più vicine siamo alla lavorazione, meglio riusciamo a certificarne la qualità".

Un brand intelligente, più che una collezione uno stile di vita, un pensiero stratificato. "Immaginiamo il cappotto spostato dal vento che mostra il blazer, poi scopre un dettaglio, un bottone, una piega". Sempre insieme: dalle sperimentazioni di bambine alla scuola di moda, seguita dall'Accademia di Belle Arti di Frosinone.

"Il vantaggio di essere in due è che un'idea, quando nasce, trova subito un confronto". Se l'una ha ideato il capo, l'altra riesce a individuarne le mancanze e intuisce come valorizzarlo.

Anna Giurickovic Dato

A brand that combines fashion and lifestyle: Serena and Siliana's creations are beautiful, comfortable and zero-mile produced.

Serena and Siliana are very young twins, who grew up near Rome, in the Castelli Romani area. "Saneras" is their brand. "It has always been our aim," something they have been cultivating for years.

"It started as an instinctive, personal expression - we have the same temperament". At five years old, they were re-using pieces of cloth here and there, and sewing them by hand into little clothes for their dolls. "Mum used to help us, she's creative, she used to make church stained glass windows and was a florist".

Their creativity was shaped by freedom to let off steam: "Our mother never forbade us to draw on the walls, to try things", this same freedom now is at the heart of their project.

They don't aspire to make single items of clothing that follow the changing, sudden trends, but propose a whole wardrobe that will last for years. Their passion is to pass on the eternal beauty of their city, Rome, through their clothes.

And beauty requires comfort. "We want people to feel at ease and attractive, we step into our customers shoes," natural, good quality fabrics, and possibly zero-mile produced. "We have chosen to rely on tailor's shops based in the Castelli area. The closer we are to production, the better we will be able to guarantee quality".

An intelligent brand - more a lifestyle than a collection - an embedded concept. "We imagine overcoats blown open by the wind to show off jackets, to then discover a detail, a button, a pleat". Always together. From their childhood experiments to their days at fashion school, followed by the Academy of Fine Arts in Frosinone.

"The advantage of being two is that when one have an idea, it's immediately challenged". If one creates a piece of clothing, the other identifies its weaknesses and senses how to enhance it.



Architettura e Design

LAZIO
CREATIVO

Progettare nella Società Post-Industriale

Design in Post-Industrial Society

Nel passaggio storico dall'industria del '900 alla società post-industriale, assistiamo alla valorizzazione del capitale immateriale, legato soprattutto alla conoscenza, che sta sostituendo il lavoro fisico materiale. La nuova forza-lavoro comprende tutte le capacità mentali messe al lavoro, come il sapere e la creatività, oppure la capacità di innovare e le competenze, che concorrono alla formazione della catena del valore.

Oggi la sfida sta nell'analizzare e mappare il cambiamento in atto e immaginarne la sua complessa attrezzatura, che non può più essere affrontata secondo il paradigma dell'industria e della serialità. I nuovi ruoli sono tutti da reinventare, tra materiale e immateriale, interazione e comunicazione, servizio e prodotto, esperienza e visione di scenario, locale e globale. E in questo contesto, il design esce dall'industria per affermarsi in ogni manifestazione estetica e sociale.

Nel confronto con altre Regioni, il sistema Lazio si presenta come un'anomalia che, se da un lato ne ha compromesso lo sviluppo manifatturiero, dall'altro ha creato opportunità di crescita in settori oggi strategici. Forte terziarizzazione e sviluppo dei servizi, presenza di capitale umano legato all'istruzione e alla creatività, imprenditorialità diffusa e innovazione tecnologica occupano la cassetta degli attrezzi di una "regione-capitale" già dentro la prospettiva della società della conoscenza, centrata sulla valorizzazione del capitale immateriale e delle intelligenze diffuse, con opportunità di innovazione e di produzione.

Following the historical transition marked by the transformation of the twentieth century industry towards a post-industrial society, we witness the enhancement of intangible wealth. This is intrinsically linked to knowledge, and is slowly replacing physical work. The characteristics of the new workforce are all around cognitive abilities being put to work, like knowledge and creativity or innovation skills and know-hows that become prominent within the value chain.

From this point, the challenge we must take up is to analyse and map the changes in creative professions and to imagine what may be appropriate tools for them. The industrial and serial-production paradigms can no longer contain complexity and variety. The new roles are to be reinvented, through interaction and communication, service and product, experience and awareness of scenarios, local and global. And in this context, design emerges from industry to establish itself pervasively in every aesthetic and social manifestation.

Compared to other regions of Italy, Lazio is unusual. On the one hand, it has compromised the development of product manufacturing but, on the other, it has provided opportunities for growth in sectors that today are considered strategic. The toolbox belonging to the "region-capital" is brimming with tertiary and service development, the presence of human capital with high levels of education and the emergence of a creative class, widespread entrepreneurialism and technological innovation. This is already part of the vision for the post-industrial knowledge society that centres around enhancing intangible capital and distributed intelligence, with the potential for innovation and production.

Lorenzo Imbesi

Professore Ordinario di Disegno Industriale, Architetto, Dottore di Ricerca, attualmente è Coordinatore della Sezione Design e del Curriculum in Design del Dottorato presso la Sapienza Università di Roma. Già Professore Associato e Chair presso la Carleton University di Ottawa, negli anni è stato ICCS fellow - Government of Canada e Visiting Professor presso numerose Università Internazionali. Al momento è membro eletto dell'Executive Board di Cumulus Association e di EAD (European Academy of Design). Già Co-Direttore della rivista *DIID - Disegno Industriale* fino al 2011 ed editorialista sulle tematiche del design per il quotidiano *Il Manifesto*, dal 2013 è membro del Board di *The Design Journal* (Bloomsbury Publishing, London) ed è autore di numerose pubblicazioni sul design.

Professor of Industrial Design, Architect and PhD, he is also currently the coordinator of the Design Section and Design Curriculum for Doctorates at Sapienza University of Roma. Former Associate Professor and Chair at Carleton University in Ottawa, over the years he has been an ICCS fellow - Government of Canada and Visiting Professor at a number of international Universities. He is now an elected member of the Executive Board of the Cumulus Association and of the EAD (European Academy of Design). He was Co-Director of the *DIID - Disegno Industriale* journal until 2011 and lead writer on design subjects for the daily paper *Il Manifesto*. Since 2013 he has been a member of the Board of *The Design Journal* (Bloomsbury Publishing, London) and is the author of numerous publications on design.



Manufatto

manufatto.info
info@manufatto.info

Un nuovo modello di azienda diffusa in cui le botteghe diventano luoghi di confronto produttivo tra designer e artigiani.

Ilaria Aprile e Davide Gallina sono accomunati dalla passione per il design. Ilaria ha studiato Disegno Industriale e, dopo una parentesi londinese, ha completato i suoi studi all'ISIA di Roma. Davide ha studiato allo IED di Milano, ha lavorato a Parigi, poi con alcuni brand italiani tra cui Borsalino e ha anche creato un suo marchio.

Cresciuti professionalmente in città distanti e diverse, sono giunti alla stessa esigenza: progettare qualcosa di non autoreferenziale ma che avesse un effettivo riscontro nel mondo reale. Per farlo, i due designer hanno cercato di guardare al futuro iniziando però dal passato.

Partendo dalla ricchezza tutta italiana del saper fare attraverso le mani sapienti degli artigiani, hanno lanciato un progetto innovativo per individuare una nuova via produttiva utile a designer e artigiani. "Ogni artigiano ha una propria storia e un patrimonio umano e si distingue per tecniche produttive e materiali lavorati. Noi ascoltiamo, osserviamo e progettiamo con loro".

"Manufatto" consente ad artigiani e designer di stare insieme per creare prodotti unici. Un processo di rigenerazione che ha il duplice scopo di riattivare la bottega come spazio commerciale e al contempo restituire al pubblico la possibilità di apprezzare il valore del lavoro manuale più autentico.

Il progetto punta anche alla creazione di eventi internazionali, mostre e possibilità di shop online, quali strumenti di storytelling attraverso cui riattivare le botteghe, unendole tra loro come nodi di una rete commerciale.

"Manufatto" può essere aiutato a crescere unendo realtà simili tra loro e trovando il collante per tenerle insieme, come una Fondazione o un'Istituzione, per sostenere in modo concreto il rilancio delle nostre eccellenze artigiane.

Jason Ray Forbus

A new model of distributed business where workshops become the creative place for debate between designers and artisans.

Ilaria Aprile and Davide Gallina have in common a passion for design. Ilaria studied Industrial Design and then after a pause in London, she completed her studies at the ISIA (Higher Institute for Artistic Trade) in Rome. Davide has studied at the IED (European Institute of Design) in Milan, has worked in Paris, and then with a few Italian brands, including Borsalino, and he has also created his own brand.

Professionally, they have developed in different and distant cities, but they have now come together with the same purpose. That of designing something that is not self-referential, but that will have an effect in the real world. To do this, the two designers have tried to look to the future, but starting from the past.

Starting with an entirely Italian wealth of know-how in the form of artisans' knowledge, they have launched an innovative project to identify a new, effective approach that can be useful for designers and artisans. "Every craftsman has his own history and human heritage, and stands apart for productive techniques and worked materials. We listen, observe and design with them".

"Manufatto" enables artisans and designers to work together to create unique products, symbols of this course. A regeneration process that has the dual aim of putting workshops back in use as a commercial space and at the same time, giving the public the possibility to appreciate the value of the authentic manual work.

The project also aims to establish international events, exhibitions and even online shops. These storytelling tools will enable the workshops to become active again, joining them together like nodes in a commercial network.

"Manufatto" can be assisted in its development by joining similar organisations and finding the glue that binds them together, such as a Foundation or an Institution, to support them in a real way in the relaunch of our craftsmanship excellence.



Davide Gallina
Ilaria Aprile



GU | Generazione Urbana

generazioneurbana.it
info@generazioneurbana.it

Progetto di divulgazione che nasce a Roma per promuovere la cultura urbana e la consapevolezza attoriale del cittadino.

Quello urbanistico è probabilmente uno dei campi in cui è più avvertibile lo scollamento tra esperti e non. Un paradosso, se si pensa che in fin dei conti si tratta del tema politico per eccellenza, essendo noi tutti immersi nel tessuto urbano. Se negli anni 50 Calvino pubblicava *La speculazione edilizia* - denuncia della decadenza morale che si accompagna a quella paesaggistica - e Pasolini avviava la sua poetica del sottoproletariato e delle periferie, il dibattito sul rapporto tra individui e città è stato gradualmente relegato nelle accademie e nei grandi convegni internazionali.

L'intento di "GU - Generazione Urbana", un gruppo di tre ricercatori di studi urbani (Viviana Andriola, Serena Muccitelli e Nicola Vazzoler), è creare un ponte tra addetti ai lavori e cittadini, promuovendo l'interazione tra due mondi spesso distanti. Un'opera di sensibilizzazione alla cultura urbana, allo sviluppo sostenibile, alla pianificazione, che pone al centro l'individuo, vero e proprio attore tra edifici, strade e servizi, auspicandone la consapevolezza dell'ambiente circostante.

A partire dalla metropoli romana - ma ampliando filosoficamente il discorso a ogni grande e piccolo agglomerato - "GU" compie ricerca sul territorio e si occupa della comunicazione dei dati attraverso pubblicazioni, seminari, laboratori e rapporti costanti con gli enti locali. Gli interlocutori privilegiati del progetto sono dunque i rappresentanti delle future generazioni, raggiunti attraverso laboratori nelle scuole primarie e secondarie.

La città, soprattutto se tanto dilatata, somiglia a un enorme e complicato meccanismo le cui istruzioni ci sfuggono perché sono anch'esse in continua e rapida evoluzione: la formazione di una coscienza critica può allora consentirci di vivere, e non di subire, lo status di cittadino.

Simone Ungaro

Dissemination project that began in Rome, to promote the urban culture and the city dwellers' awareness of their role.

City planning is probably one of the sector where the gap between experts and the unskilled is most noticeable. This is a paradox, however, when you think about it, because it is the most evident political theme, and we are all involved in the urban fabric. If, in the 50s, Calvino had published *La speculazione edilizia* (Property Speculation) - the denunciation of the moral decadence that accompanies that of landscape - and Pasolini directed his poetry to underclass and suburbs, the debate about the relationship between the individual and the city would have been consigned to academics and large international conventions.

"GU" is made up of a group of three urban studies researchers and its purpose is to create a bridge between those in charge of work and city dwellers, to promote the interaction between these two, often far removed, worlds. It is about the awareness of urban culture, sustainable development, planning, which will put the individual at the centre. The individual is the real actor among buildings, streets and services, and it is desirable that he develops an awareness of the surrounding environment.

Setting out from the metropolis of Rome, but also broadening out the discussion from a philosophical perspective to include every conglomerate, large and small, "GU" carries out field research and looks after the communication of data through publications, workshops and steady relationships with local authorities. The ideal project audience are the representatives of future generations who are reached through workshops in primary and secondary schools.

Cities, particularly the most spread out ones, look like enormous and complex machines whose instructions for use have been lost, because even they are in constant, rapid evolution. The development of a critical conscience would then allow us to live, not just to endure, the status of citizen.

Viviana Andriola
Serena Muccitelli
Nicola Vazzoler



Venature

facebook.com/venaturecreazioni
venaturelegno@gmail.com

Ogni creazione ha un design unico.
Francesco lavora il legno e lo fa con una
collaboratrice di tutto rispetto: la natura.

Lavora all'aperto. Sotto un pergolato di glicine, circondato dai suoi strumenti e dal via vai spensierato dei suoi cani, Francesco Lorello dà nuova forma e nuova destinazione d'uso al legno.

Il suo lavoro di ricerca non è solo astratto ma anche fisico. Durante le sue lunghe passeggiate in montagna, raccoglie personalmente il legno, grossi ciocchi che non hanno altro destino che quello di finire in cenere nella bocca di qualche camino. Francesco li recupera, ne studia il profilo, la conformazione e le venature, tutte diverse. E poi li lavora, trasformandoli in oggetti di uso quotidiano. Tavolini, attaccapanni, lampade di design. C'è la sua mano dietro e anche il rumore ruvido della motosega con cui modella i singoli oggetti. Ma c'è anche molto altro. Si vede. E si tocca.

Perché l'intuizione di "Venature" è proprio questa: lavorare sulla natura e con la natura, assecondando le sue forme senza mai nasconderle. I suoi pezzi sono unici e irripetibili. Le striature e le imperfezioni naturali si intrecciano ai segni lasciati dalla motosega e alla lucentezza del legno levigato a mano, come una firma d'artista.

La sua è una passione nata quasi per gioco quando, iniziando a modellare i primi sgabelli - prima in legno di pino invecchiato cinque anni e poi in sughero - si è reso conto non solo della bellezza intrinseca delle sue creazioni ma anche della stretta connessione tra natura e design.

È un lavoro che non permette margine di errore; il legno è un materiale poco adattabile, bisogna andare a colpo sicuro, lavorare d'immaginazione affinché ogni oggetto possa raccontare una storia a due voci: l'origine selvatica dei suoi materiali, la sicurezza e la passione con cui Francesco li modella.

Valentina D'Urbano

Every creation has a unique design. Francesco works with wood and does so with a highly respected colleague, nature.

Working out in the open. Under a wisteria arbour, surrounded by tools and the coming and going of his dogs, Francesco Lorello creates new shapes and functions for wood.

His research work is not only abstract, but also physical. While out on his long walks in the mountains, he collects wood - huge logs that have no other purpose than to turn to ashes in someone's fireplace. Francesco salvages them, looks carefully at their always different outlines, forms and veining. And then he works on them, transforming them into practical, everyday objects. Small tables, coat racks, designer lamps. They are all the result of his craftsmanship, as well as the growl of the chainsaw he uses to mould each object. But there is more to it than that. Everyone can see it. And feel it.

Because the goal of "Venature" is just this: working on nature and with nature, following natural shapes and never hiding them. Pieces are unique and never-to-be-repeated. The stripes and nature's imperfections intertwines with the marks left by the chainsaw, and the sheen of wood sanded by hand. They are the artist's signature.

This passion started almost for fun, when, modelling his first stools - firstly in pine wood that had been aged for five years, and then in cork - not only he realised that they are innately beautiful, but he also saw the close connection between nature and design.

It is a work that doesn't allow for margins of error - wood is not particularly adaptable, and it is needed to shape it with a confident hand, work from imagination until each object can tell its story from two different viewpoints. The wild origin of the materials and the self-confidence and passion with which Francesco creates them.



dMake_Architecture. Design. Art.

dmake.it
info@dmake.it

Nasce nel Rione Monti un nuovo Centro creativo, spazio interdisciplinare in cui convivono architettura, arte e design.

Aperto un anno e mezzo fa al civico 174-176 di via Giovanni Lanza da quattro giovani under 35 originari del Sud Italia, "dMake" è uno studio d'architettura dove si sviluppano idee e progetti innovativi.

Per volontà di Giuseppe D'Emilio, Gaetano De Francesco, Rosamaria Faralli e Denise Franzè, il Centro si apre all'ibridazione con altre discipline, come l'arte e il design. L'obiettivo dei suoi fondatori è infatti quello di esplorare i confini dell'architettura e aprirla a contaminazioni esterne, ampliandone le possibilità progettuali e concrete.

Tre sono le parole-chiave del team: making, sharing, learning. Nello studio interdisciplinare del Rione Monti, ex officina interamente riquilificata e pressoché auto-ricostruita, si fanno innanzitutto progetti: dalla piccola alla grande scala, dai singoli elementi d'arredo agli interventi sul paesaggio urbano. Ma si fa anche cultura, e la si condivide: una parte dello spazio è infatti votata alla promozione di eventi, essendo una vera e propria galleria d'arte. Si impara, nel laboratorio dedicato alla sperimentazione e realizzazione di workshop sulle tecniche di stampa 3D. Si ricerca nel campo delle nuove tecnologie.

"dMake" è un luogo al servizio della città, reso possibile dall'intraprendenza di quattro giovani creativi che credono fermamente nel ruolo etico e civile dell'architetto: nella sua responsabilità nei confronti delle persone che vivranno gli spazi che lui solo immagina ma che poi trasformeranno il territorio per tutti.

La mission dello studio è lavorare insieme alla comunità, per la comunità, mettendo in rete diverse professionalità.

Con caparbia, tenacia, passione e razionalità, Giuseppe, Gaetano, Rosamaria e Denise hanno dato vita a uno spazio in cui si fa esperienza del fermento culturale e creativo di Roma. E che meraviglia i visitatori.

Martina Germani Riccardi

In Rione Monti there is a new creative Centre. An interdisciplinary space where architecture, art and design live side by side.

"dMake" is an architectural studio where innovative ideas and projects are developed. It was opened 18 months ago, at the address 174-176, via Giovanni Lanza, by four under 35s, originally from southern Italy.

The Centre is open to the hybridisation with other disciplines, such as art and design, due to the willingness of Giuseppe D'Emilio, Gaetano De Francesco, Rosamaria Faralli and Denise Franzè. The aim of its founders is actually to explore the limits of architecture and to open up by bringing in outside influences, broadening possibilities for planning and realising.

The team has three keywords: making, sharing, learning. The interdisciplinary studio in Rione Monti is in a disused factory that has been repurposed, and almost entirely rebuilt by the team. Here, they primarily do project work - both large and small-scale, from single items of furniture to interventions for the urban landscape. But they also create culture and they share that too. One section of the space is devoted to event promotion as it is actually an art gallery. People can learn here in the laboratory dedicated to experiments and workshops on 3D-printing techniques. Their research areas of new technology.

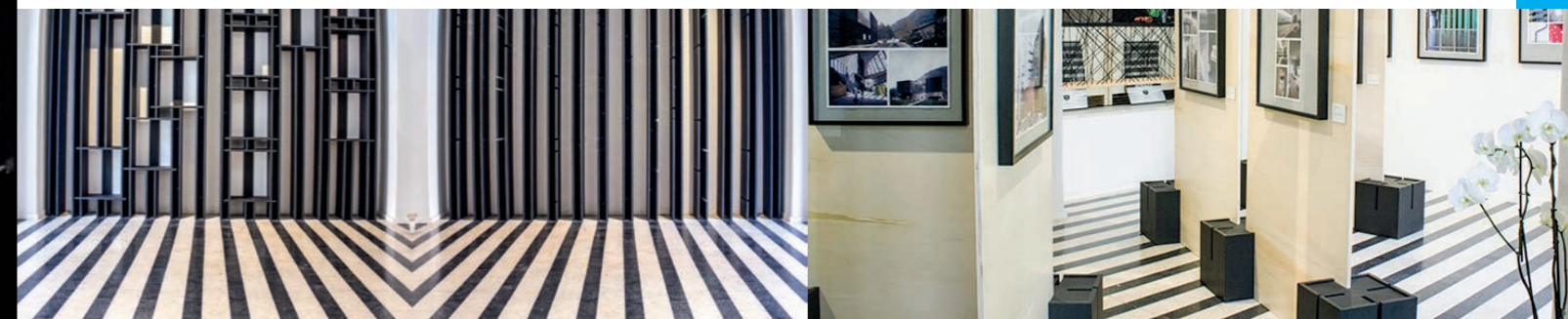
"dMake" is a space that provides a service to the city, made possible by the entrepreneurialism of four young creative talents, who firmly believe in the ethical and civil role of architects. They believe in their responsibility toward the people who will live in the spaces that they create, but that will transform an area for everybody in there.

The studio's mission is to work alongside and for the community, making a network of diverse professionalism.

With stubbornness, tenacity, passion and rationality, Giuseppe, Gaetano, Rosamaria and Denise have breathed life into a space where you can experience the cultural and creative buzz of Rome. A marvel for visitors.



Gaetano De Francesco
Giuseppe D'Emilio
Rosamaria Faralli
Denise Franzè



Pollet

energiaperidirittiumani.it
info@energiaperidirittiumani.it

La creatività al servizio dei diritti umani: un innovativo pollaio donato alle famiglie dei villaggi di Senegal e Gambia.

Il suo nome deriva dalla fusione dei termini pollaio e pallet. "Pollet" è un pollaio, realizzato con bancali di legno, ideato dalla Onlus Energia per i diritti umani, che ha sede a Roma e opera in Africa e Asia per migliorare le condizioni di vita attraverso interventi sul territorio e il sostegno a distanza. Uno dei team dell'associazione è impegnato nella creazione di orti comunitari in Senegal e Gambia per garantire il diritto al cibo e promuovere uno sviluppo sostenibile.

In molti villaggi africani la popolazione - in particolare i bambini - è affetta da malnutrizione perché non assume abbastanza proteine animali. "Pollet", permettendo alle famiglie di allevare e vendere animali, contribuirà al sostentamento economico delle comunità rurali e a migliorare l'alimentazione. Il pollaio è costituito da 11 pallet EPAL e da una lamiera ondulata. Il tetto va a digradare in modo da smaltire l'acqua piovana e la copertura in lamiera viene rivestita da foglie di palma per proteggere i volatili dal calore.

La struttura rialzata facilita la pulizia nella parte inferiore, impedisce l'attacco di serpenti e permette la raccolta dello sterco che può essere utilizzato per concimare l'orto. Alle famiglie verranno donati un pollaio con 15 galli e un sacco di mangime. A loro volta i beneficiari dovranno regalare almeno due polli alle scuole.

Il primo prototipo di "Pollet" è stato costruito in Italia, poi la onlus assemblerà gli altri in Senegal, contestualmente al prossimo viaggio dei volontari previsto nella primavera del 2018. I materiali economici e facilmente reperibili lo rendono un'ottima alternativa ai ricoveri in muratura, che hanno costi di realizzazione e manutenzione maggiori. Il progetto è autofinanziato attraverso le donazioni ricevute in cambio di barattolini riciclati contenenti erbe aromatiche coltivate a km zero.

Serena Berardi

Creativity in the service of human rights - an innovative henhouse donated to the families of villages in Senegal and Gambia.

Its name derives from the fusion of the words pollaio (henhouse) and pallet. "Pollet" is a henhouse made from wooden pallets, devised by Onlus Energia per i diritti umani (Energy for human rights). Their head office is in Rome, and they operate in Africa and Asia to improve living conditions through interventions on the ground and remote support to population. One of the association's team is working on the creation of community vegetable gardens in Senegal and Gambia to ensure access to food and promote sustainable development.

In many African villages, the population - especially children - is affected by malnutrition caused by insufficient animal proteins being consumed. By enabling families to breed and sell livestock, "Pollet" will contribute to the maintenance of the rural communities' economy at the same time as improving their food. The henhouse is made from 11 EPAL pallets and a corrugated iron sheet. The sloping roof will allow the collection of rain water. This roofing sheet will be covered with palm leaves to protect the birds from the heat.

The raised structure makes cleaning its lower sections easy, prevents snake attacks and allows the collection of droppings, which can be used as fertiliser for the vegetable garden. Families will be given a henhouse with 15 chickens and a sack of food. In return, the beneficiaries will then give at least two chickens to schools.

The first "Pollet" prototype has been built in Italy, then the Onlus will assemble others in Senegal, during the next volunteers' trip, which is planned for spring 2018. The cheap and easily repairable materials make this an excellent alternative to a brickwork structure, which has higher building and maintenance costs. The project is self-financed through donations received in exchange for recycled jars containing herbs cultivated in an eco-sustainable way.



Danilo Bruni
Matteo Pizzuti
Marco Inglese



Txt Lamp

instagram.com/dipendenza_hand_made_design
martina.pendenza@gmail.com

Lampade dai messaggi luminosi create con bancali rivisitati, un design illuminato dal desiderio di comunicare con la luce.

Il logo di "D!pendenza Hand Made Design" è un fico d'india, un vegetale capace di rigenerarsi continuamente. Come i sogni, che dalla apparente confusione generano intuizioni creative.

È un sogno a far nascere "Txt", una serie di lampade che accendono messaggi luminosi. Dario, giovane architetto romano, in sogno vede una scritta accendersi. Tutto è nitido, e diventa palpabile anche l'idea di creare complementi d'arredo fatti di parole.

Le scintille di genio si materializzano grazie alla sua passione per l'artigianato, ereditata nella bottega del nonno falegname, il primo spazio che accolse il suo desiderio di dare vita agli scarti. In cantiere il legno dei bancali viene visto come rifiuto, mentre il suo occhio coglie il potere di una materia viva. Diventa cornice per le lampade; la scocca si adatta alle dimensioni richieste e, trattata con materiale naturale, continua a respirare. Sussurra parole di plexiglas, personalizzabili, che le lampadine ravvivano.

Le crea nel suo magazzino a Pietralata, circondato da tre ettari di una Roma capace di incastonare superfici virtuose di natura. È la base operativa di RE-BA, progetto più ampio di lighting interior e outdoor che scompone e riadatta i bancali alle esigenze di arredamento. In quegli ettari, un altro tesoro: vecchi alberi diventano base per altre lampade, fatte di sezioni di tronchi e di flessibili in acciaio armonico, che coniugano origini opposte, tradizione e innovazione.

Martina, sua sorella e socia, mette in campo le sue abilità in marketing e comunicazione e sfrutta la dinamicità dei social per diffondere le immagini dei prodotti. È anche grazie a lei che le lampade risplendono. È lei che aiuta Dario a raccogliere l'idea brillante e a tramutare le parole in fatti, in un rapporto di fratellanza creativa che trasforma il sogno in realtà.

Elisa Cappai

Luminous messages created from lamps made from repurposed pallets. A design illuminated by the desire to communicate with light.

The "D!pendenza Hand Made Design" logo is a prickly pear, a plant that continuously regenerates itself. Similar to dreams, that produce creative insights from what appears to be confusion.

A dream is what brought "Txt" to life: a series of lamps that light up luminous messages. Dario, a young architect, saw a message lit up when he was dreaming. Everything became clear, and became tangible - even the idea of creating furnishing accessories made up of words.

Sparks of genius take shape thanks to his passion for the handmade, which he inherited in his carpenter grandfather's workshop - the first place that welcomed his desire to put life back into scrap. Pallets are considered rubbish on construction yards, whereas their potential as a living material is clear in his eyes. It becomes a lamp frame - the shell is adapted to the requested dimensions and it continues to live when it is treated with natural materials. It murmurs words of Plexiglas, custom-made, revived by light bulbs.

Dario makes them in his warehouse in Pietralata, surrounded by three hectares of a Rome where virtuous, natural areas are nestled. It is the base of operations of RE-BA, a broader interior and exterior lighting project that breaks down pallets and readapts them, according to furniture requirements. There is another treasure inside these hectares - the old trees that also become lamp bases. Lamps made from trunk sections and harmonised flexible stainless steel, they bring together opposing origins, those of tradition and innovation.

Martina - sister and business partner - brings her marketing and communication skills to the enterprise and takes advantage of the dynamism of social media to broadcast product images. It's also thanks to her that the lamps shimmer: she helps Dario transform the brilliant idea of turning wood into words. A creative family relationship that is making dreams a reality.



Siti Lab, laboratorio di immaginazione urbana

sitilab.org/blog
info@sitilab.org

A Priverno, un gruppo di donne in ascolto per reinventare lo spazio urbano attraverso l'immaginazione e la creatività.

Un laboratorio di ricerca urbana e sperimentazione artistica nello spazio pubblico. "Siti Lab - Social Innovazione Through Imagination" porta avanti un'indagine, tra speculazione teorica e azione, che sviscera in modo critico il rapporto tra l'arte e il territorio, tra le pratiche e la politica. Opera nel campo degli studi urbani, della formazione e dell'innovazione sociale con lo scopo di ripensare lo spazio in termini relazionali e immaginare il cambiamento attraverso il coinvolgimento attivo delle comunità.

Un esempio è il progetto Cap 04015 a Priverno, in provincia di Latina: un processo che parte dal basso, dalle scuole e dai giovani, per raccogliere la potenza creativa e generativa del territorio. Dopo aver ascoltato i ricordi, i desideri e i sogni dei cittadini e aver mappato i luoghi abbandonati, sfitti o sottoutilizzati della città, si inizia a immaginare un modo per riaprirli e rinnovarli.

Dietro a Siti c'è un gruppo di donne, qualcuna mamma, di base perlopiù a Priverno, tutte migranti di rientro, amiche e legate da un rapporto di familiarità e stima. Di formazione varia - scienze umanistiche, architettura, ingegneria, design e comunicazione - si incontrano al limite di queste discipline in un equilibrio acrobatico e giocoso.

L'idea nasce dalla ricerca di dottorato di Stefania Crobe - presso il Dipartimento di Ingegneria Civile, Edile e Ambientale di La Sapienza Università di Roma - come investigazione sul rapporto tra pratiche artistiche e trasformazione sociale, con una particolare attenzione ai margini territoriali e disciplinari. Uno spunto che poi è cresciuto catalizzando le energie di tutte le componenti con lo scopo di fare cultura, innescare un cambiamento e ribaltare l'idea di perifericità che occupa l'immaginario di chi abita lontano dalle grandi città, nei piccoli centri e nelle aree interne del Paese.

Caterina Grignani

In Priverno, a group of women are tuned in to reinvent their urban space through imagination and creativity.

An urban research and artistic experimentation lab in a public space. "Siti Lab - Social Innovation Through Imagination" is driving forwards an investigation to critically examine the relationship between art and territory, the pragmatic and the political, through theoretical speculation and action. It operates in the field of urban studies, of training and of social innovation, with the aim of rethinking space in relational terms and imagining change through the active involvement of the community.

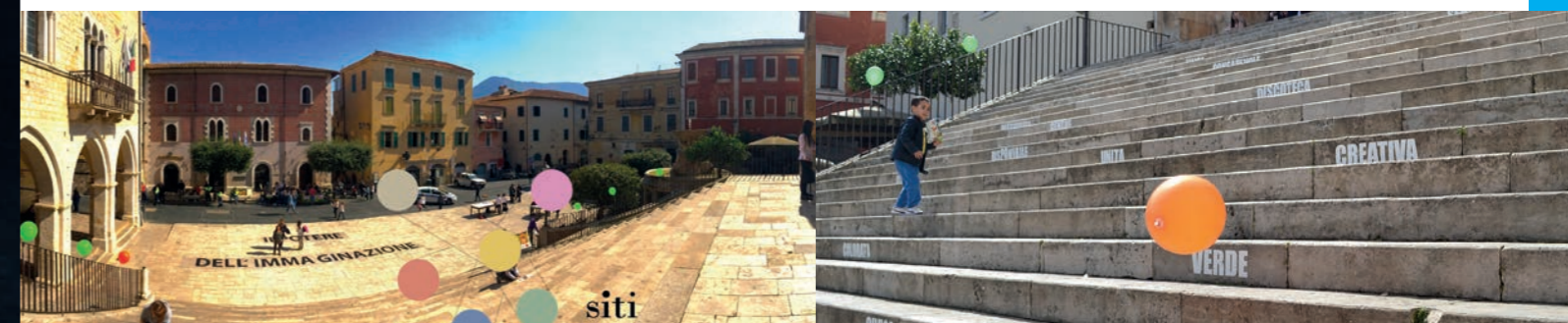
One example is the Cap 04015 project, at Priverno, in the province of Latina. It's a process that goes from the bottom up, starting from schools and the young, to gather the creative and transformational power of the area. Having listened to the memories, ambitions and dreams of the local people and having mapped the abandoned, vacant or underused locations in the town, they began to imagine a way to reopen and renew them.

Backing up Siti there is a group of women of Priverno, some of them mothers. They are all returning migrants, connected by friendship and respect. They all come from different professional backgrounds - human sciences, architecture, engineering, design, communication - and they meet at the limits of their disciplines creating an acrobatic, yet playful balance.

The idea was the result of Stefania Crobe's research doctorate at the Department of Civil Engineering, Construction and Environment at Sapienza University of Rome. The research was an investigation into the relationship between artistic practices and social transformation, with particular attention for territorial and disciplinary margins. A starting point that has now grown catalysing the members' energy to focus on making culture, sparking off change and overturning the idea of remoteness, which sticks in the minds of those who live away from large cities, in small places in the countryside.



Stefania Crobe
Federica Crobe
Giulia Crobe
Ersilia Crobe



Stüda

studionine.it
info@studionine.it

Rinnovare lo spazio giocando. Lo Studio Nine di Frosinone lancia una linea di arredi con studs compatibili con i LEGO.

La propria abitazione può diventare un microcosmo in continua metamorfosi, in base alle persone che la vivono o che semplicemente la frequentano. L'innovativa proposta trova concreta attuazione nel progetto "Stüda", realizzato da Studio Nine per l'azienda Moov di Sora, il cui obiettivo è appunto superare l'idea di arredo statico.

Nine è uno studio fondato a Frosinone nel 2015 dagli architetti Paolo Emilio Bellisario e Matteo Di Sora. Entrambi hanno una figlia di nome Nina, casualità da cui trae origine la denominazione dello studio. Accanto a loro, l'interior designer Emilia Caffo e altri professionisti attivi nel campo dell'architettura, del design e della grafica.

Memori delle precedenti esperienze con Noumena e ZO-Loft, collettivi specializzati in progetti pubblici che indagano le relazioni sociali tra uomo e ambiente, i fondatori di Studio Nine hanno applicato il concetto di "trasformabilità dello spazio" presente in urbanistica alle logiche dell'arredamento d'interni.

"Stüda" è un sistema modulare in Corian texturizzati con studs compatibili con i blocchi LEGO; su una pregiata superficie bianca in Corian, gli AFOL possono esprimere la propria creatività spostando i mattoncini variabili per dimensioni e colori e giocare con i bambini ad arredare quotidianamente il "nido" familiare.

Le coppie più giovani possono divertirsi con gli amici a modificare i mobili, dando vita a combinazioni infinite sia free standing che a parete oppure componendo quadri e altre immagini mediante app specifiche, come LEGO Photo.

Esposto in fiere e mostre nazionali e internazionali, il progetto "Stüda" è stato presentato all'Ironically Iconic di Milano, dove l'artista Riccardo Garolla, in una sorta di happening continuato, giornalmente ha trasformato i mobili esposti variando gli accostamenti dei mattoni.

Simona Pandolfi

Modernising play space. Studio Nine in Frosinone launches a furniture range with LEGO-compatible studs.

Your own home can become a microcosm of continuous metamorphosis, depending on the people who live there or who simply visit. This innovative proposal has actually been developed by the "Stüda" project, which was realised by Studio Nine for the Moov company in Sora, whose objective is to go beyond the idea of static furniture.

Nine is a studio in Frosinone, founded in 2015 by the architects Paolo Emilio Bellisario and Matteo Di Sora. Each has a daughter called Nina, a coincidence that was the source of the studio's registered name. The interior designer Emilia Caffo, and other professionals work alongside them, in the fields of architecture, design and graphics.

Mindful of their previous experience with Noumena and ZO-Loft - collectives specialized in public projects that surveyed the social relationship between man and the environment - the founders of Studio Nine implemented the idea of "space transformability", which is part of town planning logic, on interior design.

"Stüda" is a modular system made from textured Corian with LEGO-compatible studs. So, on a fine piece of white Corian, AFOLs (Adult Fans of Lego) can express their own creativity by moving the blocks of various sizes and colours around, and by playing with their children to furnish the family 'nest' on a daily basis.

Younger couples can amuse themselves with friends by altering the furniture with infinite, free-standing or wall-mounted combinations, or even making pictures or other images through the use of specific apps, such as LEGO Photo.

Already exhibited at national and international fairs, the "Stüda" project has been shown at the Ironically Iconic event in Milan, where the artist Riccardo Garolla, altered the exhibited furniture each day by changing the mix of bricks, in a sort of "continuous happening".



Paolo Emilio Bellisario
Emilia Caffo
Matteo Di Sora



IBosco

www.facebook.com/iBosco.Design
m.dicurzio@libero.it

Di Curzio e il suo bosco digitale: natura e artificio si fondono per generare equilibrio tra stile arcaico e hi-tech 3.0.

Che forma ha il bosco-mente? È il titolo del torneo ecologico "Forest Graal" tenutosi durante il Fuorisalone di Milano ed Expo 2015. "Dal momento in cui lessi il bando l'idea fu fulminea - dichiara Maurizio Di Curzio, architetto del paesaggio, grafico, web designer e appassionato di lighting design.

"IBosco" assume la forma di un impianto boschivo a quincunx e di un cervello (come inciso nell'immaginario collettivo). Strutture cilindriche in policarbonato retroilluminate e trasparenti (tronchi) collegano l'impianto boschivo (terreno) al cervello dove si ammassa un groviglio di corde e su due livelli superiori matasse di luci led e neon (cielo).

Il paesaggista partecipa al contest e lo vince, esponendo durante la seconda edizione di "Green Utopia 2015" a Milano (Salone del Mobile ed Expo 2015). "Mi ero veramente divertito, come succede spesso a noi architetti, dall'atto in cui concepiamo il progetto fino al prodotto finito, con tutte le sue modifiche nel mezzo".

La folgore che trapassa il concetto per trasformarsi in prodotto non arriva mai per caso. Può collegare, a loro insaputa, luoghi e persone che si nutrono di un'affine intuizione; quella che, se promana diversa nella struttura materiale, discende però unica dalla matrice essenziale. Natura (primo cerchio) e Artificio (secondo cerchio) nel *Terzo Paradiso* di Michelangelo Pistoletto possono e devono convivere in equilibrio.

Così per Maurizio Di Curzio la forma più classica di bosco mediterraneo convive con il bosco hi-tech 3.0, dotato di vita artificiale propria, collegamenti Wireless e Wifi. La folgore colpisce il terreno fertile, s'installa nell'asta che scarnifica il suolo del Bosco di San Francesco ad Assisi (nel terzo cerchio), così nelle strutture cilindrico digitali di "IBosco", da lì ergendosi nel cielo. Due giardini protetti ridisegnano i confini del "grembo generativo della nuova umanità".

Maria Teresa Sammarco

Di Curzio and his digital forest - nature and artifice blended to create a balance between the obsolete and hi-tech 3.0.

What is a "forest mind" like? This is the title of the "Forest Graal" ecological competition held during the Fuorisalone event in Milano and at Expo 2015.

"From the moment I read the announcement, the idea hit me," declared Maurizio Di Curzio, landscape architect, graphic and web designer.

"IBosco" takes the form of a quincunx, and a brain (as is etched on the collective imagination). Cylindrical, polycarbonate structures, which are backlit and transparent (trunks), connect the woodland installation (ground) with the brain, where a tangle of ropes mass together, and there are bundles of LED and neon lights on two higher levels (sky).

Maurizio took part in the contest and won, and then put it on display at "Green Utopia 2015" in Milano. "I really had a lot of fun, as we architects often do, in following the process from its conception to its completion, with all its modifications along the way".

The bolt of lightning that cuts through the concept to create a product never happens by chance. Without them knowing, it can connect people and places that nourish one another with their kindred intuition. The one which, even though if it emanates differently from material structures, it descends as one from the essential matrix. Nature (first circle) and Artifice (second circle) in the *Third Paradise* painting by Michelangelo Pistoletto's can and must live together in harmony.

So, for Maurizio, the Mediterranean forest live together with the hi-tech 3.0 forest, endowed with its own artificial life, Wireless and Wi-Fi connectivity. The lightning struck the fertile earth, placing the bolt that carved up the ground in the San Francesco Forest in Assisi (third circle). In this way, the digital, cylindrical structures of the "IBosco", take their energy from the sky. Two protected gardens are redefining the boundaries of the "generative womb of new humanity".



Podobis

podobis.it
virginia.vittozzi@gmail.com

Versatile creativa di Bellegra, Virginia Vittozzi ha ideato e creato Podobis, il pupazzo con le fattezze di un calzino.

Durante un periodo di riposo forzato, Virginia si toglie un calzino e, presa dalla smania di muovere almeno le dita, inizia a cucire: così, nasce il suo primo pupazzo.

Ha sempre avuto un'indole creativa, da bambina desiderava diventare attrice o scrittrice. È nella tipografia del papà, a Bellegra, che scopre il piacere della manualità: "C'erano ancora i caratteri mobili, papà assemblava le lettere di piombo ed era bellissimo vederlo. Dopo scuola andavo lì a fare le costruzioni e c'era una stanza piena di striscioline di carta".

Si iscrive alla Facoltà di Architettura alla Sapienza Università di Roma, si appassiona ai lavori di Bruno Munari e di Enzo Mari - due designer che si sono avvicinati molto al mondo dell'infanzia utilizzando il processo creativo dei bambini - frequenta la Scuola Romana di Fotografia e Cinema, lavora alcuni anni come architetto, poi come fotografa di moda.

Dopo aver rincorso più mestieri e più arti, trova il modo di ricondurre le sue passioni, che ormai sono le sue abilità, in un calzino: il più prosaico tra gli accessori. L'intuizione è geniale: unire l'utile al superfluo, creare, a partire da un bene di uso comune - il più insipido tra i beni - un umile e grazioso pupazzo amato da tutti i bambini.

Virginia è sempre in cerca di un calzino, "sono una patita, li compro dovunque", li imbottisce e li cuce, "mi sento un'artigiana", inventa un personaggio e scrive una piccola biografia di accompagnamento. "Sono stata sempre attratta dal modo in cui pensa un bambino", mentre mi parla si accende. E non ha torto. La perspicacia dei bambini appare, a volte, quasi sospetta: un giorno, il nipotino di Virginia, tre anni, prende in mano uno dei "pupazzi calzini" e declama "Lui si chiama Podobis!" Ma il bimbo di ποδός e del greco antico ancora non sa niente...

Anna Giurickovic Dato

A versatile, creative talent from Bellegra, Virginia Vittozzi has devised and created Podobis, a puppet doll from a sock.

During a period of forced rest, Virginia took off a sock and, taken by the urge to at least move her fingers, she began sewing. This was the start of her first puppet doll.

She has always had a creative temperament. As a child, she wanted to become an actor or writer. It was in her father's printing press, in Bellegra, that she discovered the pleasure of manual skills. "There were still movable types and Dad put the lead letters together - it was beautiful to watch him. I used to go there after school to build things and there was a room full of paper off-cuts".

She enrolled at the Sapienza University in Rome, where she developed a passion for the works by Bruno Munari and Enzo Mari - two designers that moved closer to the world of children, by adopting a child's creative approach. She attended the School of Photography and Cinema in Rome, and worked for a few years as an architect and then as a fashion photographer.

After having tried many jobs and art genres, she found her way to bring together her passions, which were by then competencies, in a sock. The most prosaic of all accessories. A brilliant intuition: unifying the practical with the superfluous, to create, by using a common object - and the most trivial of objects - a modest, yet dainty puppet doll, which all children love.

Virginia is always on the lookout for a sock, "I love them, and I buy them everywhere!" she stuffs them and stitches them, "I feel like an artisan." She invents a character and writes a short biography to go with it. "I have always been drawn to how children think," as she talks to me, she becomes animated. And she's right. Children's shrewdness sometimes appears almost suspicious. One day, Virginia's little three-year-old nephew took hold of one of the "sock puppet dolls" and stated, "his name is Podobis!" Yet the child still knew nothing of ποδός and of the ancient Greek...



Virginia Vittozzi



LAZIO

Arte
e Fotografia

LAZIO
CREATIVO

Il patrimonio locale, un arricchimento per le startup creative

Regional heritage, an enrichment for creative enterprises

Nell'ottobre 2008 è stata fondata ILEX Gallery.

A distanza di sette anni, in qualità di curatrice di libri e mostre di fotografia e dopo aver compreso il potere delle immagini, mi sono innamorata della fotografia e ho voluto da subito condividere questa passione.

Quello che all'inizio voleva essere solo un progetto online, presto è diventata una vera e propria galleria in continua evoluzione, per soddisfare le domande e le aspettative dei nostri clienti, diventando così un vero business. Questo desiderio di condividere una passione, la flessibilità e la voglia di crescere sono comuni denominatori per qualsiasi industria creativa.

Viviamo e lavoriamo in un'era senza precedenti, dove il potere esponenziale e la possibilità di promuovere e commercializzare una startup creativa sembrano illimitati, consentendo l'innovazione e l'anticipazione delle tendenze future ben oltre i confini regionali.

Ma allo stesso tempo, è proprio la regionalità che porta ricchezza alle industrie creative, poiché esse contribuiscono e sono influenzate dal benessere culturale ed economico delle loro città e dei loro borghi. Le imprese creative cercano di fornire anche l'intangibile, stimolano meraviglia, stupore, fascino: è il caso appunto della fotografia e dell'arte, come mostrano i 10 progetti selezionati per questo volume.

ILEX Gallery was founded in October 2008.

After seven years of curating photography books and exhibitions and learning the language of images, I had fallen in love with photography and wanted to share this passion.

What started as an online gallery soon moved offline to a standing gallery and international art fairs; constantly evolving to meet the demands and expectations of our public and becoming a business along the way. This desire to share one's passion and the ability to be flexible are common denominators for any creative industry.

We live and work in an unprecedented era, where the exponential power and possibility of promoting and marketing a creative startup seem unlimited, allowing for innovation and anticipation of future trends well beyond regional confines.

While, at the same time, it's the very regionalness which brings a richness to creative industries, as they contribute and are influenced by both the cultural, as well as economic well-being, of their cities and towns. By definition, creative enterprises seek to provide intangibles, stimulating wonder, awe, fascination - as in the case of photography and art - and as did the ten projects selected for this volume.

Deanna Richardson

Gallerista, curatrice, avvocato. Con la sua ILEX Gallery, galleria di fotografia a Roma, Deanna ha partecipato a numerose fiere di fotografie di arte internazionali, tra cui Photo London e Unseen (Amsterdam). Curatrice di oltre 70 mostre fotografiche ospitate in gallerie e musei, inclusi il Palazzo delle Esposizioni, il Museo di Roma in Trastevere, il Mart di Trento e Rovereto e Palazzo Magnani di Reggio Emilia.

È avvocato di Diritto Societario Internazionale presso lo Studio Legale BDL di Roma. Ha conseguito il BSFS dalla Georgetown University (Washington, DC) ed il JD dalla Columbia University School of Law (New York, NY).

Gallerist, curator, lawyer. With ILEX Gallery, Deanna has participated in numerous international art fairs, including Photo London and Unseen (Amsterdam). She has curated over 70 photography exhibitions in galleries and museums, including Palazzo delle Esposizioni, Museo di Roma in Trastevere, Mart di Trento e Rovereto and Palazzo Magnani (Reggio Emilia).

She also practices International Corporate Law with Studio Legale BDL. She holds a BSFS from Georgetown University (Washington, DC) and a JD from Columbia University School of Law (New York, NY).



Progetto Arca

facebook.com/Progetto-ARCA-913275122045444/
info.progettoarca@gmail.com

Una grande tela raccoglie le storie dei passeggeri dell'Arca, che rivivono grazie all'estro creativo di Cristiano e Milena.

Cristiano Quagliozzi e Milena Scardigno, in arte Mila Gno, hanno un percorso simile: entrambi disegnano da sempre e hanno continuato a farlo laureandosi, rispettivamente, in pittura e decorazione.

Nel 2014 a Cristiano viene in mente l'idea di disegnare una grande nave: i passeggeri avrebbero pagato una quota per il loro ritratto d'imbarco, coprendo così le spese di realizzazione dell'opera. Mancava qualcosa, un ultimo tassello affinché il progetto prendesse il via. Quel tassello era Milena, conosciuta durante una sua performance sulla poetica del brutto: l'artista invitava il pubblico a farsi immortalare fotograficamente con una smorfia e poi ne estrapolava una serie di ritratti grotteschi. Ecco cosa mancava al progetto: l'ironia! Attraverso di essa il pubblico sarebbe diventato protagonista dell'opera. L'opera è realizzata a grafite su tela, 2 metri per 3. A bordo dell'Arca, 200 passeggeri. Tempo di realizzazione: 2.500 ore. Un'impresa colossale.

Due nuove sfide attendono l'Arca: la pubblicazione di un libro che ne documenti la realizzazione e l'individuazione di un locale dove l'opera possa essere vista sia da lontano nella sua interezza che da vicino per poter scovare ogni piccolo particolare. L'appello, ovviamente, è rivolto alle istituzioni.

Il significato che gli artisti sperano di veicolare nel pubblico attraverso il progetto riguarda la forza universalizzatrice dell'arte, che nell'Arca trova ragione di un viaggio condiviso da persone di diversa etnia, nazionalità, fede e ideologia. Ma non solo: il concept dell'opera si presta bene anche a scopi più pragmatici, come la rappresentazione di una struttura aziendale, il ricordo di un evento importante, un ritratto familiare...

Non esiste confine nel mare dell'arte, e l'Arca di Cristiano e Milena è già pronta a salpare...

Jason Ray Forbus

A large canvas brings together the stories of the passengers of an "Ark", brought to life by the creative inspiration of Cristiano and Milena.

Cristiano Quagliozzi and Milena Scardigno - aka Mila Gno - have similar backgrounds. Both had always drawn and continued to do so at university; he earned a degree in painting, she in decoration.

In 2014, Cristiano came up with the idea of drawing an enormous ship: the "passengers" would pay a fee to have themselves drawn in, thus covering the cost of completing the work. Something was missing, one last piece needed for the project to take flight. That piece was Milena, whom Cristiano had met during her performance on the poetics of the ugliness: she invited the audience to have themselves photographed making a face, and then used them to create a series of grotesque portraits. This was what was missing from the project: irony! This element would turn the public into the protagonist of the work. L'Arca is a work in graphite on canvas, two by three metres. On board there are 200 passengers. Time to complete the project: 2,500 hours. A colossal undertaking.

Two new challenges await l'Arca: publishing a book to document its making of and finding a place where the work can be seen both from a distance, in its entirety, and up close to discover even the smallest details. That is, of course, an appeal to public institutions.

The meaning that the artists hope to convey with the project has to do with the universalizing power of art. L'Arca's journey is one shared by people of different ethnicities, nationalities, faiths and ideologies. But that's not all; the concept behind the work is suitable to more pragmatic uses, such as depicting a company's structure, memorializing an important event or creating a family portrait.

There are no borders in the sea of art, and Cristiano and Milena's Ark is ready to set sail...



Attraverso

instagram.com/camilla__la
Camilla.Trani1707@gmail.com

Fotografie in contesti urbani con soggetti inconsapevoli, la cui attenzione è elusa attraverso superfici riflettenti.

Il brulichio urbano si presta tanto allo sguardo freddo dell'entomologo quanto a quello pietoso dello psicologo: l'equilibrio tra i due opposti è l'essenza della street photography.

Trasferitasi da Terracina a Roma per studiare all'Università di Scienze della Formazione Primaria, Camilla Trani trova nella sua reflex il tramite per immergersi nel caos metropolitano e al contempo prenderne le distanze immortalandolo.

Inizia a frequentare voracemente le mostre della capitale, scatta foto ai concerti che le valgono la collaborazione con diverse webzine, frequenta i corsi organizzati da "Officine fotografiche", i cui docenti ne incoraggiano le doti di ritrattista. Trova i suoi modelli nella filosofia del momento di Cartier-Bresson e nella poetica dello stupore quotidiano di Vivian Maier (una Wislawa Szymborska della fotografia).

Da qui nasce il progetto "Attraverso", 21 fotografie accomunate da scelte consapevolmente antimoderne: il bianco e nero come congelamento del tempo, lo scarso ricorso alla postproduzione, la stampa quadrata piuttosto che rettangolare. Nelle foto, il soggetto umano, ignaro della camera, è colto nell'immediatezza spontanea della vita urbana. Un inganno, ma col fine di offrire un documento psicologico, valorizzato dall'attenzione ai volti e alle luci.

A riverberare l'inganno, in un gioco barocco di riflessi che spesso coinvolge l'autrice stessa, ci pensano specchi e superfici riflettenti, che danno alle figure una consistenza fantasmagorica, quasi si dissolvessero nelle cose: pur partendo dal dato realistico, la realtà è destrutturata dall'interno.

Ballerina di formazione, un incidente la costringe a lasciare l'attività del ballo. Camilla Trani travasa nella fotografia la tensione all'arte: la repentinità di questo cambiamento è il tema del suo nuovo progetto.

Simone Ungaro

Photographs in urban settings, with unaware subjects, with a camera hidden by reflecting glasses.

The swarming city offers itself both to the cold stare of the entomologist and to the psychologist's pitiful gaze. Balance between the two opposites is the essence of street photography.

Camilla Trani came to Rome from Terracina, to study at the University of Primary Education Sciences, and in her SLR, found a way to immerse herself in the chaos of the city while also distancing herself from it by immortalizing it.

She began insatiably seeking out exhibitions in the city, took pictures at concerts and earned her work a place in various webzines, and took courses at Officine Fotografiche, where the teachers encouraged her talent as a portraitist. She drew on Cartier-Bresson's philosophy of the moment and the everyday wonder of Vivian Maier (a sort of Wislawa Szymborska of photography).

This was the beginning of the project "Attraverso", twenty-one photographs defined by consciously anti-modern choices: black and white as a way of freezing time, strictly limited post-production work and square rather than rectangular printing. In the photos, the human subject, unaware of the camera, is captured in a moment of spontaneous urban life. It's a trick, but its aim is to offer psychological documentation, enhanced by the focus on the faces and lights.

The deception comes from an elaborate play of reflections that often involves the artist herself. Mirrors and reflective surfaces lend a phantasmagorical texture to the figures, which nearly melt into the objects. The photos are shot from reality, yet reality is deconstructed from within.

Camilla Trani trained as a dancer but an accident forced her to leave dance behind. She transfers the tension of art into photography: the suddenness of this change is the theme of her new project.



Untitled - Continued

rebberebbe.com
f.rebecchini@gmail.com

Tracce lente e monocromatiche. Federico Rebecchini riversa su carta fantasia e ispirazione, nascondendole bene in vista.

Il disegno è da sempre una parte imprescindibile della sua vita. Fin da bambino, Federico ha scelto come metodo di espressione la carta e l'inchiostro, disegnando tutti i giorni. Il suo è un approccio da autodidatta, fatto di sperimentazione e ricerca, di attenzione quasi ossessiva per i dettagli.

È così che nasce "Untitled - Continued". Un progetto che già dal nome porta con sé una sorta di inafferrabilità e di continua evoluzione. Perché le tavole di Federico raccontano proprio questo: un universo fatto di segni intricati e strettamente connessi tra loro, concetti che sfuggono a uno sguardo superficiale e che costringono chi guarda a fermarsi. A cercare tra i simboli, a collegare i disegni, a stupirsi dei riferimenti e dei piccoli indizi nascosti in evidenza tra le linee nere tracciate dal pennino.

Una caccia al tesoro stimolante che richiede il suo tempo. Nella velocità di fruizione a cui siamo abituati oggi, dove le nostre necessità devono essere soddisfatte il prima possibile e tutto deve essere trovato subito e a colpo d'occhio, dove il senso di ogni cosa deve apparire lampante al primo sguardo, Federico inverte la tendenza, e lo fa con profondità e leggerezza.

Si prende il suo tempo, e chiede tempo a chi guarda le sue tavole. Solo fermandosi, solo osservando con attenzione, si possono scoprire i dettagli minuscoli, la quantità di riferimenti culturali che vengono dai film, dai libri e dalle serie TV, le paure, le ansie e il racconto della vita di tutti i giorni.

Elementi così variegati offrono a chiunque la possibilità di riconoscersi nelle sue illustrazioni, ma solo a condizione di prendersi tempo, di cercare. Perché, proprio come dice lui, "se tutti ci fermassimo un attimo, si potrebbero scoprire molte cose belle".

Valentina D'Urbano

Slow and monochromatic traces. Federico Rebecchini pours imagination and inspiration onto the page, hidden in plain sight.

Drawing has always been an essential part of life for him. Since he was a child, Federico chose paper and ink to express himself. He draws every day. His approach is self-taught, involving experimentation and research, and an almost obsessive attention to detail.

That is how "Untitled - Continued" came to be. The project's very name incorporates a sort of elusiveness and continuous evolution. That's because Federico's drawings express just that: a universe of intertwined marks, closely connected to each other, concepts that elude a superficial glance and force those who look to stop, to search among the symbols, to connect the drawings, to be amazed by the references and tiny clues hidden in plain sight among the black lines traced by his pen.

A stimulating treasure hunt that takes time. In a world at the pace we are accustomed to today, where our needs must be satisfied as soon as possible and everything must be found immediately and easily, where meaning must be glaringly obvious at first glance, Federico has reversed the trend, and has done so with depth and lightness.

He takes his time, and demands time to those who look at his works. Only by stopping, only by looking carefully, we can discover the minuscule details, the profusion of cultural references to movies, books and TV series, the fears and anxieties, and the tale of everyday life.

With such varied elements, anyone can recognize themselves in his illustrations, but only if they take the time to search. Because, just as he says, "if we all stopped for a moment, we could discover many beautiful things".



ZA² - Urban Self Portraits

zaquadrato.com
za.quadrato@gmail.com

La curiosità creativa di Emiliano e Lorenzo diventa una finestra sulla Città Eterna composta da 18 scatti di Polaroid.

Emiliano e Lorenzo Zandri, rispettivamente 29 e 25 anni, sono due fratelli. Ma sono anche architetti e fotografi, si occupano di fotografia urbana e d'interni. Così, quando lo scorso anno è stato chiesto loro di testare la Polaroid I-1, risultato dell'"Impossible Project" di *Elvis Lives*, non hanno esitato.

Hanno iniziato a scattare, ritraendo se stessi nel paesaggio di Roma. Per il loro primo progetto insieme, hanno potuto contare sulle straordinarie caratteristiche della macchina che avevano a disposizione: un'istantanea con resa analogica, super tecnologica, con tempi di scatto, esposizione e apertura del diaframma regolabili via bluetooth. Potendola gestire tramite un'applicazione, hanno quindi potuto giocare collocandosi nello spazio, esaltando sia gli scenari architettonici che sceglievano di volta in volta sia la contrapposizione tra l'elemento umano e quello architettonico, antico, moderno e contemporaneo.

Con occhi allenati, forti della loro esperienza di vita e d'indagine sulla città, sono stati capaci di rendere la bellezza e le contraddizioni dei luoghi che hanno sempre amato, insieme a quelli sui quali vogliono si ponga maggiore attenzione, affinché si arrivi a riqualificarli e recuperarli.

Utilizzando la fotografia come strumento di ricerca, si sono resi autori e protagonisti di un ambizioso progetto. Hanno saputo perdersi negli scenari urbani, restituire allo spettatore un'idea della sconfinata identità architettonica romana e regalarli atmosfere sognanti.

"Urban Self Portraits" è una serie di diciotto scatti pieni di passione, precisione, ironia e contrasti. Emiliano e Lorenzo, curiosi, folli e metodici, volevano restituirci il loro caratteristico sguardo sulla città di Roma, e ci sono riusciti.

Martina Germani Riccardi

The creative curiosity of Emiliano and Lorenzo becomes a window to the Eternal City in eighteen Polaroid pictures.

Emiliano and Lorenzo Zandri are brothers, aged 29 and 25, respectively. But they are also architects and photographers who work with urban and indoor spaces' photography. So, last year, when they were asked to test the Polaroid I-1, the result of the "Impossible Project" *Elvis Lives*, they didn't have to think twice.

They started snapping shots of themselves against the backdrop of Rome. It was their first project together, and they took full advantage of the extraordinary features of the camera at their disposal: super-high-tech, analogue snapshots, with Bluetooth-controlled shutter speeds, exposure and diaphragm aperture. Since the camera could be operated through an app, they were able to play with placing themselves in the space, highlighting both the various architectural backgrounds they selected and the contrast between the human element and the architectural one - ancient, modern and contemporary.

With their trained eyes and their experience in life and in exploring the city, they succeeded in rendering the beauty and the contradictions of the places they have always loved, as well as the spots to which they want to draw more attention, to be rescued and redeveloped.

Using photography as a research tool, they made themselves the artists and subjects of an ambitious project. They were able to lose themselves in the urban settings, to give the viewer an idea of Rome's vast architectural identity and gift them with dreamy atmospheres.

"Urban Self Portraits" is a series of eighteen shots full of passion, precision, irony and contrasts. Emiliano and Lorenzo, curious, mad and methodical, wanted to share with us their particular view of the city of Rome, and they have succeeded.



Dead Still Breakfast

martapetrucci.com
petruccimartaphotography@gmail.com

Raccolta di scatti creativi che immortalano personaggi della letteratura. Tra torte, nature morte e scene del crimine.

La chioma bionda di *Alice nel Paese delle Meraviglie* tra tazzine e biscotti. Sansa Stark cosparsa di zucchero a velo accanto a una tortina di limone. Spugna dormiente vicino a una green lemon cake. Scene da mille e una colazione.

“L’idea progettuale mi è venuta navigando in Internet. Avevo visto, infatti, alcune immagini di tavole imbandite, accompagnate da didascalie che le riferivano a libri famosi. Ho pensato allora di aggiungere negli scatti anche i personaggi dei romanzi”, spiega Marta Petrucci, fotografa 34enne autrice di “Dead Still Breakfast”.

Le foto che compongono la narrazione richiamano i quadri di nature morte con l’aggiunta di persone: il tempo è cristallizzato, gli oggetti sono caratterizzati nei particolari e le figure umane sono presentate come elementi inanimati, con il capo e le braccia abbandonate sulla tavola. “Ho scattato dall’alto ispirandomi alle immagini delle scene del crimine”.

La scelta delle storie è dettata dal gusto personale e dal fatto che “vi fossero descritti momenti legati al cibo”. Ecco *Alice nel Paese delle Meraviglie* “mentre trova i cookies con scritto sopra: mangiami”. Quindi Sansa Stark de *Il trono di spade* con le tortine al limone preparate dalla regina Cersei. “Infine ho immortalato Spugna con la torta avvelenata, commissionata da Capitan Uncino per i Bambini Sperduti e Peter Pan”.

Negli scatti, oltre ai dolci, spiccano le bevande, realmente presenti nei libri oppure abbinare con la fantasia: il tè per Alice, il vino di miele per Sansa, il mojito per Spugna. “L’obiettivo finale è quello di realizzare un vero e proprio ricettario con inserti fotografici, per preparare dolci e drink ispirati alla letteratura. E probabilmente invoglierà qualcuno anche a leggere o a rileggere un libro”.

Serena Berardi

A collection of creative photos to immortalize characters from literature. Cakes, still lifes and crime scenes.

Alice in Wonderland’s blonde locks among cups and biscuits. Sansa Stark sprinkled with powdered sugar next to a lemon cake. Mr. Smee asleep beside a Lost Boys Cake. Scenes from a thousand and one breakfasts.

“The idea for the project came to me while I was surfing the internet. I had seen some images of tables set for a meal, accompanied by captions referencing famous books. That’s when I thought of adding the characters from the novels to the shots as well,” explains Marta Petrucci, the 34-year-old photographer behind “Dead Still Breakfast”.

The photos that make up the story recall still life painting, but with people added: time is frozen, the objects are shown in great detail and the human figures presented as inanimate elements, head and arms lying motionless on the table. “I shot from above, drawing inspiration from images of crime scenes”.

The stories were selected according to her personal tastes but also by the fact that “they described moments involving food”. Here is *Alice in Wonderland* “finding the cookies with the words: eat me”. Then Sansa Stark from *Game of Thrones* with the lemon cakes made by Queen Cersei. “Finally I photographed Mr. Smee with the poisoned cake Captain Hook ordered for Peter Pan and the Lost Boys”.

In the photos, we notice not only the desserts, but the drinks as well, whether they actually appeared in the books or were selected with a little imagination: the tea for Alice, honey wine for Sansa, and a mojito for Mr. Smee. “The final goal is to create a real recipe book with photographs, for desserts and drinks inspired by literature. And it will probably even make someone want to read or reread a book”.



What?

danilogarciadimeo.com
danilogarciadimeo@gmail.com

Di Meo utilizza la fotografia per raccontare storie di vita tenaci, senza velature e con profonda sensibilità.

Non solo Danilo, ma anche Garcia è parte del nome, omaggio della madre a Garcia Marquez. Sarà per questo che la sua fotografia sembra pervasa da un realismo magico?

Nel 2011 espone due scatti a Istanbul. Dentro uno di quelli c'è il ritratto di zia Lucia. L'immagine diventa specchio. Danilo porta la zia di 80 anni nelle stanze del palazzo turco e fa in modo che si riconosca: "Quella sono io". E lui riconosce che questo è ciò che vuole fare: dichiarare la forza esemplare delle storie di vita. Per due anni segue Letizia, una donna affetta da tetraparesi spastica, ne racconta l'abilità a vivere.

Il lavoro sbanca un concorso in Russia. Letizia, che non aveva mai preso un aereo prima, vola alla volta di Mosca. "E per tre giorni diventa una principessa russa". È la prova che le foto di Danilo Garcia dispiegano conseguenze trasformative.

"What?" descrive la vita di una donna in evoluzione. Ad Ambra viene diagnosticata la sordità all'età di 2 anni. Da adolescente, nello specchio trova i segni sbagliati di un amore, non si piace. Ma l'incontro con la kick boxing risveglia la sua combattiva resilienza. Lo sport incalza battendo il tempo della rinascita. La musica techno è la colonna sonora: vibrazione che pulsa dentro. Le foto riflettono l'immagine di una donna illuminata dalle luci di una festa o di un pomeriggio specchiato nel lago di Albano.

"Sarebbe troppo banale descriverla per opposti". La sensibilità con cui si mette il rossetto prima di ballare o il coraggio dei pugni dentro i guantoni sono solo alcuni dettagli che fanno brillare una soggettività unica. Ambra è come la preziosa resina che raccoglie i segni del passato per renderli materia pregiata. L'obiettivo di Di Meo ha saputo cristallizzarla con delicatezza, "pronto a cogliere ogni tipo di luce", spiragli che diventano specchi.

Elisa Cappai

Di Meo uses photography to tell unflinching life stories, with deep sensitivity and without veiling over anything.

His full name is Danilo Garcia Di Meo - his mother's tribute to Garcia Marquez. Could this be why his photography seems pervaded by a magical realism?

In 2011 he exhibited two photos in Istanbul. One of these contained a portrait of his Aunt Lucia. The image became a mirror. Danilo brought his 80 year-old aunt into the halls of a building in Turkey, and did it in a way that she could recognize herself: "I am her". He recognized that this is what he wanted to do: to declare the exemplary force of life stories. For two years he worked with a woman named Letizia who suffers from spastic tetraplegia. He told about her ability to live.

His work was a smashing success at a competition in Russia. Letizia, who had never been on a plane before, flew to Moscow. "And for three days she became a Russian princess". This is the proof that Danilo Garcia's photos have set transformative consequences in motion.

"What?" describes the life of a woman in evolution. Ambra was diagnosed with deafness at age 2. As a teenager, she did not like what she saw in the mirror. But discovering kick boxing reawakened her fighting resilience. The sport urges her on, pounding a beat that keeps time with her rebirth. Techno music is the soundtrack, with its vibrations that pulse internally. The photos reflect the image of a woman lit by the lights of a party or an afternoon reflected in Lake Albano.

"Describing her in terms of opposites would be banal". The sensibility with which she puts on her makeup before dancing and the courage of her fists inside her gloves are just a couple of the details that make a unique subjectivity shine. Ambra is like the precious resin that collects the traces of the past to turn them into something valuable. Di Meo's objective has succeeded in crystallizing this with delicacy, "ready to capture every kind of light", tiny glimmers that become mirrors.

Where the river flows

francescaspedalieri.com
frasp1991@gmail.com

Una serie di scatti per raccontare una terra dei fuochi alle porte di Roma: la Valle del Sacco e il suo inquinamento.

Una ventina di scatti tra paesaggi, ritratti e still life per raccontare la storia di un luogo che all'apparenza non svela subito la sua tragicità. Siamo nella Valle del Sacco, che si estende da Colferro a Frosinone: un posto molto inquinato a causa di scarichi abusivi e rifiuti interrati.

Francesca Spedalieri, per preparare la sua tesi in fotografia all'Istituto Europeo di Design, ha preso le mappe del Ministero dell'Ambiente, quelle che tracciano i confini di un sito di interesse nazionale che attende di essere bonificato. I lavori vanno a rilento e in alcune zone ci sono fusti interrati contenenti chissà quale genere di rifiuti. Una storia che la fotografa ha scoperto per caso stupendosi di quanto poco se ne parlasse nonostante fosse a due passi da Roma, la sua città.

Un'area con il triste primato della più alta incidenza di tumori nel Lazio: una terra dei fuochi a un'ora dalla Capitale. Il racconto fotografico però non sceglie immagini crude anche se, guardando il reportage nel suo insieme, emerge una certa inquietudine e la problematicità del luogo.

Ogni scatto è accompagnato da una didascalia che sintetizza un lavoro di documentazione fatto di incontri e interviste. E visto che l'inquinamento si è scoperto dopo aver rinvenuto una molecola dannosa nel latte della zona, una foto la immortalava simbolicamente. E ancora i volti dei contadini e i paesaggi con una natura all'apparenza inviolata. Un lavoro che ha già vinto la menzione d'onore nella categoria giovani all' Umbria Photo Festival e che ora l'autrice vuole pubblicare su riviste o testate. Un'indagine fotografica che prova a capire le relazioni tra i luoghi e le persone e che vuole farsi portatrice di denuncia e informazione, ricercando, prima che la bellezza dell'immagine, la sua funzionalità nell'economia del racconto.

Caterina Grignani

A series of photos to describe a "land of fires" just outside Rome: the Valle del Sacco and its pollution.

There are twenty or so shots - landscapes, portraits and still lifes - telling the story of a place tragic in a way that cannot be seen at first glance. This is the Valle del Sacco, which stretches from Colferro to Frosinone: a place with a high level of pollution due to illegal dumping and underground waste.

For her thesis in photography at the IED (European Institute of Design), Francesca Spedalieri acquired the maps of the Ministry of the Environment that outline a site of national interest waiting to be reclaimed. The works are moving slowly, and in some areas there are underground barrels containing unidentified waste. Francesca came across the story almost by chance. She was amazed at how little was said about this area, so near to her own city, Rome.

The area holds the sad distinction of having highest tumour rate in Lazio. It is a "land of fires", just an hour from the capital. However, the photographic story does not simply select coarse images - even though a look at the whole project reveals a certain unrest and sense of how problematic the location is.

Each shot is accompanied by a caption that summarizes the documentary work done, the meetings and interviews. And since the pollution was discovered after a harmful molecule was found in the milk from the area, there is a photo that captures it symbolically. And then there are the faces of the rural folk and the landscapes of apparently untouched nature. The work has already won an honourable mention in the young artists' category at the Umbria Photo Festival, and the photographer would now like to publish it in magazines or newspapers. This photographic study attempts to comprehend the relationships between places and people. It aims to be a bearer of reporting and information. More than the image's beauty, it seeks its functionality in the economy of the story.



Francesca Spedalieri



RiotGirl

gian.comandini@gmail.com

Dalla fusione sperimentale di fotografia e disegno digitale nasce a Roma il manifesto di Comandini sulla sua generazione.

“RiotGirl” di Gian Lorenzo Comandini è un omaggio alla giovinezza e alle sue contraddizioni, una sorta di manifesto di una generazione che corre, grida e ama. L'autore di questa serie, dopo aver interrotto gli studi di architettura, si sta specializzando in Interaction Design alla Quasar Design University, focalizzando le sue ricerche sull'interazione uomo-macchina.

Da diversi anni si occupa dell'ideazione di video, app, siti web, installazioni ed eventi interattivi. Con “RiotGirl”, come lui stesso dichiara, ha deciso di tornare a un tipo di rappresentazione più statica, almeno in apparenza, procedendo attraverso la fusione di due mezzi espressivi: la grafica e la fotografia. Una prima fase del progetto ha previsto la raccolta di un numero cospicuo di fotografie di cronaca che lo avevano particolarmente colpito.

Successivamente, Comandini è intervenuto su queste immagini selezionate tracciando, digitalmente, figure femminili giovani, ribelli e sensuali, sedute a terra o in piedi, che inscenano un incontro-scontro di forze contrarie e allo stesso tempo complementari: bellezza e violenza, amore e ribellione, ordine e disordine. Viene così espressa una personale visione della giovinezza, quella che l'autore vuole trasmettere, governata da impulsi dinamici, a volte aggressivi e in continuo mutamento.

Le figure femminili che dominano lo spazio, icone di una bellezza fiera ed eroticamente consapevole, in alcuni casi possono incarnare l'emblema della guerra e della violenza, in altri diventano simbolo di pace e di una rinnovata serenità. Allo stesso tempo, secondo l'autore, anche le fotografie di cronaca hanno questa doppia possibilità di racconto, in quanto immortalano sia eventi turbolenti che la conclusione di un conflitto.

Simona Pandolfi

Comandini's manifesto for his generation was created in Rome out of the experimental fusion of photography and digital drawing.

Gian Lorenzo Comandini's “RiotGirl” is a tribute to youth and to its contradictions, a sort of manifesto of a generation that runs, screams and loves. The artist behind the series left behind his studies in architecture and is now specializing in Interaction Design at Quasar Design University, with a focus on human-machine interaction.

For several years he has been creating videos, apps, websites, installations and interactive events. With “RiotGirl”, as he himself states, he decided to return to a more static type of representation - at least in appearance - and proceeded to fuse two different methods of expression: graphics and photography. An early step in his project involved collecting a large number of news photographs that had particularly struck him.

Comandini then began working on the images he had selected. He digitally traced the figures of young females, rebellious and sensual, sitting on the ground or standing, to stage a meeting or clash of opposite and complementary forces: beauty and violence, love and rebellion, order and disorder. He thus expressed a personal vision of youth, the one he wanted to convey, ruled by dynamic impulses, sometimes aggressive and always changing.

The female figures that dominate the space in the various images are icons of a proud and erotically aware beauty. They become the emblems of war and violence, or the symbols of peace and renewed calm. Comandini points out that even the news photographs have this dual storytelling potential, as they capture both turbulent events and the conclusion of a conflict.



Una storia forte

facebook.com/gabrielepulciniphoto
pulcinigabriele@email.it

La sensibilità fotografica di Gabriele racconta storie che pervadono il centro sociale autogestito di Forte Prenestino.

Sento sempre qualcosa che agisce potente dentro di me camminando per Centocelle, una sensazione cui non so dare nome. Arrivata al Forte incontro Gabriele Pulcini, laurea in Comunicazione Pubblica e d'Impresa. Occhi brillanti, mi racconta del Forte Prenestino, costruito dal 1880 come uno dei 15 avamposti collocati sulle strade consolari a difesa di Roma. Il bastione già a fine 800 non è più funzionale, visto l'avanzamento della tecnologia militare. Diviene caserma, quindi abbandonato fino all'occupazione del 1986, quando muta in C.S.O.A.

Poi un baleno sbuca dai suoi occhi. Gabriele ha una storia da raccontare. Ha i tratti salienti del viaggio fisico perché ne rimanga memoria e della sensibilità che solo la grana fotografica consente. Due binari che procedono paralleli alla ricerca dell'autenticità, trama del progetto fotografico che Gabriele vuole realizzare sul luogo che frequentava da ragazzino e che ha riscoperto nel 2013, tornato da un interrail in solitaria con la sua Nikon D60.

“Per trovare cose fantastiche bisogna avere la capacità di guardare oltre il proprio naso”, mi dice. E il Forte è un coagulo di storie, attraversato da quella autenticità che solo nell'arretratezza dei paesi dell'Est Europa è riuscito a scorgere.

“In contrapposizione alla disneyizzazione che rende neutri i luoghi e la presenza umana, in cui il valore aggiunto sorpassa quello del luogo”, il Forte e il quartiere che lo contiene (Prenestino-Centocelle) vedono, nonostante i mutamenti dei decenni, la presenza umana ancora come valore aggiunto. La rosticceria di una volta, la trattoria storica, il baretto. La domenica, dalle tredici, un deserto di strade tra profumo di lasagne e aranci.

Il posto autentico dell'infanzia, ecco la sensazione potente a cui finora non ero riuscita a dare un nome.

Maria Teresa Sammarco

Gabriele's sensibility for photography tells stories that pervade the self-managed community centre of Forte Prenestino.

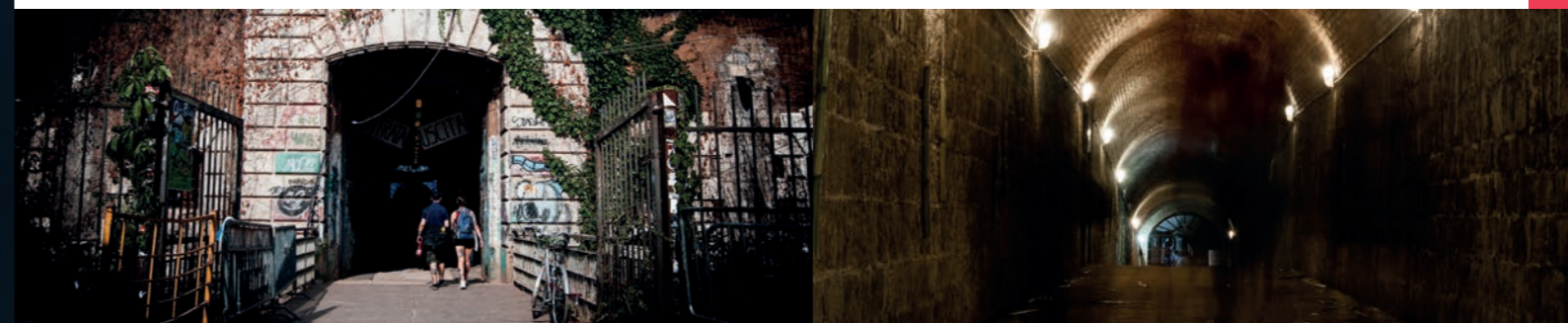
I always feel something working powerfully inside me when I'm walking in Centocelle; it's a feeling I cannot name. When I reach the Forte, I meet Gabriele Pulcini, who holds a degree in Public and Business Communication. His eyes bright, he tells me about Forte Prenestino, built in 1880 as one of the fifteen outposts located along the major Roman roads for defence. By the end of the nineteenth century, the fort was no longer in function. It became a barracks and was later abandoned until the occupation of 1986, when it became a CSOA (self-managed occupied community centre).

His eyes sparkle suddenly. Gabriele has a story to tell. It has all the markings of a physical journey because it leaves a memory and a certain sensitivity that only photography grain can offer. Two traintracks stretch off into the distance in search of authenticity, the weave of the photography project Gabriele wants to realize on the spot he attended as a boy, and which he rediscovered in 2013, returning home after an interrail travel, alone with his Nikon D60.

“To find fantastic things you need to have the ability to see past your own nose,” he tells me. And the Forte is a coagulation of stories, penetrated by that authenticity that he had been able to glimpse only in the backwardness of Eastern Europe countries.

“In contrast to the disneyization that neutralizes places and the human presence there, where the added value surpasses the value of the place,” the Forte and its neighbourhood (Prenestino-Centocelle) continue to see human presence as added value, despite the changes over the decades. The old-fashioned rotisserie, the ancient trattoria, the little coffee bar. On Sundays, from one o'clock on, the streets are deserted except for the smell of lasagne and oranges.

An authentic childhood place - that is the powerful feeling that until now I had not been able to name.



Argentea Lux

instagram.com/argentealux
marzio.defelice@gmail.com

Ritorno al rullino ed evoluzione dell'imperfezione. Marzio De Felice racconta la sua città attraverso immagini sbagliate.

Marzio ha 30 anni e da 12 lavora presso lo stesso parrucchiere; in parallelo coltiva la passione per la fotografia. Prima ha acquistato due libri che chiama "la mia Bibbia", poi ha curiosato tra i negozi di settore, un giorno ha abbandonato il digitale e si è avventurato nel mondo del rullino, questo sconosciuto, "la vera fotografia".

"Da lì ho cominciato a sbagliare, come si fa sempre", ma dai suoi errori - la foto bruciata, i graffi, la foto sovraesposta, quella esposta solo a metà - nascevano opere.

Mi presenta alcuni dei suoi più grandi sbagli.

Piazza Venezia, madre e figlia di spalle che si tengono per mano: "Difficilmente fotografo le persone di fronte, ho paura che mi chiedano: perché? E poi *vaglielo a spiegà*".

È in controluce, "pensavo non sarebbe venuta, e invece..."
Piazza Navona, quattro turisti seduti su una panchina, il quinto è nell'atto di alzarsi. Una ragazza al Giardino degli Aranci. Doppia esposizione di piazza del Campidoglio e Largo Argentina: "Prima ho scattato in un posto, poi ho riavvolto il rullino di un fotogramma e ci ho riscattato sopra".

Piazza San Pietro, è domenica, le persone sembrano fantasmi perché Marzio ha aumentato di un secondo i tempi di posa. Il Gazometro sviluppato a metà, "ancora non conoscevo la diluizione dei chimici". Borgo Pio, il graffio sulla pellicola.

"Argentea Lux" è il progetto con cui Marzio racconta le sue fotografie "sbagliate", dal primo all'ultimo sviluppo, dove l'errore si fa opera d'arte e l'autodidatta si dimostra artista. Non è la storia di un'imperfezione ma di un'evoluzione. A far da sfondo c'è sempre Roma, nelle foto e sul suo corpo; sul braccio il tatuaggio di un guerriero romano, più sopra Marte, di cui porta il nome; sul pugno il mascherone della fontana del Pantheon. "Io campo *de passione*", mi dice. E ride.

Anna Giurickovic Dato

A return to film roll and the evolution of imperfection. Marzio De Felice describes his city through photographic errors.

Marzio is 30 years old and has worked at the same hairdresser for 12 years. At the same time, he cultivates his passion for photography. First, he bought two books which he calls "my Bible", then he browsed photography shops. One day he gave up digital and ventured into the world of film rolls, this unknown, "the real photography".

"From there I began to make mistakes, as always," but from his mistakes - the burned photos, the scratches, the overexposures and the one exposed only halfway - his artworks were born.

He shows me some of his biggest mistakes.

Piazza Venezia, a mother and daughter, seen from behind, holding hands. "I rarely photograph people from the front. I'm afraid they'll ask me why. And then you have to go explain," he says, using the Roman dialect.

The photo is backlit. "I didn't think it would come out, but it did."
Piazza Navona, four tourists sitting on a bench, the fifth is getting up. A girl at the Orange Garden. Double exposure of Piazza del Campidoglio and Largo Argentina. "First I took the picture in one place, then I re-rolled the film one frame and I took another shot on top of it".

St. Peter's Square on a Sunday. The people look like ghosts because Marzio has extended the shutter speed by one second. A half-developed shot of the Gasometro. "I didn't know how to dilute the chemicals yet". Borgo Pio, with a scratch on the film.

"Argentea Lux" is Marzio's project to share his photographic "errors", from the beginning to final development, where mistakes make the work of art and the self-taught man becomes an artist. It is a story not of imperfection but of evolution. Rome is always the backdrop, in his photos and on his body. His arm is tattooed with a Roman warrior. Higher up is Mars, his namesake. On his fist is a mask from the fountain at the Pantheon. "I live on passion", he tells me. And he laughs.



Marzio De Felice



Publicità e Comunicazione visiva

La comunicazione è uno strumento per fare mercato, non arte

Communication is a marketing tool, not art

Comunicazione visiva e pubblicità, così legate e così differenti. Tutte e due però pendono dalla creatività e a volte sono confuse con l'arte. Ma il creativo che fa comunicazione non è un artista e ha un preciso ruolo sul mercato: non esprimere se stesso ma il motivo per cui viene incaricato a trovare un messaggio. E solo quando il messaggio è compreso da tutto il target allo stesso modo esso ha svolto il suo compito.

La comunicazione è uno strumento per fare mercato, per questo una delle regole della nostra agenzia è che nella comunicazione nessun creativo può permettersi di fare arte. In una pubblicità non può succedere come con il volto della Gioconda: per qualcuno ride, per altri è malinconica, per altri addirittura erotismo. Nella comunicazione diretta al mercato se un visual ride, ride per tutti; se un copy è ironico, lo è per tutti.

Così nel branding. Posizionamento, reputazione, linguaggio devono essere compresi da tutti allo stesso modo.

Non è creativo chi comunica in maniera inusuale, piuttosto chi lo fa con competenza, così come la creatività non equivale a dire le cose in modo strano ma è un progetto ragionato e strategico. Con i media di oggi, tutti siamo testimonial di noi stessi ma non tutti siamo comunicatori. Per esserlo bisogna dimenticare se stessi e trovare un messaggio chiaro per chi ci ascolta rispettando delle regole. È questo l'esercizio che la creatività deve fare, è questa la via per il pensiero laterale di oggi. Esprimere se stessi non vale.

Visual communication and advertising are, on the one hand, connected and on the other, they are very different. Both rely on creativity and sometimes are confused with art. But the creative talents who deal with communication are not artists and have a very precise role in the market. They should not express their own ideas but the purpose for which someone gave them the job of finding a message. And only if the message is understood in the same way by all people in the target audience, their task is been accomplished.

Communication is a tool for marketing. For this reason, our agency has a rule that says that no creative can be allowed to make art. In advertising, you cannot have what happened with the Mona Lisa. Some think she is laughing, others that she is sad, and still others she's even erotic. In communication for the market, if you make a "laughing visual", it has to be laughing for everyone. If a copy is ironic, it has to be ironic for the whole audience.

It's just the same in branding. Positioning, reputation and language have to be understood in the same way by whoever receive it.

Communicating in an unusual way is not creative. It's so doing it with competency. Just as using creativity it is not the same as saying things in an odd way, but it is a reasoned and strategic project. Today, with the new media, we are all testimonials of ourselves, but we are not all communicators. To be a true communicator, you have to forget about yourself and find a clear message for those listening, and keep within the rules. This is the work that a creative talent must do, this is the route to today's lateral thinking. Simply expressing yourself doesn't count.

Stefano Gangli

Direttore creativo, nel 2000 è tra i fondatori dell'agenzia di comunicazione SignDesign che dirige ancora oggi, occupandosi principalmente di branding, strategic design e corporate communication. Progetta comunicazione e strategie per il lancio di marchi, progetti di rebranding e posizionamento di marca. Già docente allo IED in grafica, pubblicità, management, nel 2007 fonda il magazine *Livingroome*, dedicato all'architettura e al product design. Autore di numerosi progetti di comunicazione creativa d'impresa per i migliori brand del design made in Italy, nel 2014 pubblica *Fare impresa è un lavoro creativo - 8 mosse per sapere se hai l'idea giusta*. Autore per la testata *Centodieci, innovare con lode* di Banca Mediolanum, ha diretto lo startup di altre agenzie di comunicazione.

A Creative Director, in 2000 was one of the founders of the communication agency SignDesign, which he still manages and he deals mainly with branding, strategic design and corporate communication. His work includes communication and strategies for brand launches, rebranding projects and brand positioning. Graphic design, advertising and management lecturer at the IED, in 2007 he founded the journal *Livingroome*, dedicated to architecture and product design. The author of creative business communication projects for the best Made in Italy design brands, in 2014 he published *Fare impresa è un lavoro creativo - 8 mosse per sapere se hai l'idea giusta*. He also writes for *Centodieci, innovare con lode* run by Banca Mediolanum, and he has managed the startup phase of other communication agencies.

FAO Handbook

manuelamarazzi.it
info@manuelamarazzi.it

Storie di donne di paesi in via di sviluppo narrate per immagini. Un progetto per la FAO, tra illustrazione e design.

Laureata in Linguaggi Multimediali e Informatica Umanistica, Manuela Marazzi ha continuato la sua formazione accademica parallelamente al percorso professionale, dividendosi fra il design - degni di nota il Master in Web Design presso lo IED di Roma e i workshop intensivi a San Francisco presso la Cooper U - e l'illustrazione, che ha approfondito con corsi e workshop in Italia e negli USA, dove ha partecipato alla residenza artistica in illustrazione presso la New York School of Visual Arts.

Negli ultimi anni ha lavorato come User Experience Design per clienti italiani e stranieri, sviluppando e gestendo progetti di comunicazione visiva e digital strategy. Da quest'anno ha deciso di iniziare una carriera come freelance per dedicarsi all'illustrazione, con progetti personali e in collaborazione con altri creativi, principalmente nel campo della serigrafia.

Grazie alle conoscenze e alle esperienze acquisite, oggi Manuela unisce capacità di design thinking nel campo della comunicazione e talento creativo nell'illustrazione. In questa duplice veste, ha progettato il "FAO Handbook" (*Towards gender-equitable small-scale fisheries governance and development: a Handbook*), manuale sulle politiche di gender e pesca nei Paesi in via di sviluppo.

"La sfida principale di questo progetto editoriale", spiega sfogliando la pubblicazione, "è veicolare a una platea di utenti differenti un documento che fosse efficace, comprensibile e fruibile grazie a una serie di illustrazioni, iconografie e infografiche".

"Trasporre il messaggio della FAO ha richiesto particolare attenzione, quindi lo studio di etnie, culture e luoghi geografici di riferimento rispetto allo storytelling richiesto. Una solida attività di analisi portata avanti dalla passione che nutro per l'illustrazione".

Jason Ray Forbus

Stories told in images about women from developing countries. A project for the FAO, between illustration and design.

After graduating in Multimedia Languages and Humanistic IT, Manuela Marazzi has continued her academic studies alongside her professional development. She divides her time between design - noteworthy are both the Master in Web Design at the IED in Rome and intensive workshops in San Francisco at the Cooper U - and illustration, which she has developed by attending courses in Italy and the US and she took part as a resident illustration artist at the New York School of Visual Arts.

In recent years, she has been working as a User Experience Designer for Italian and foreign customers, developing and managing visual communication and digital strategy projects. This year, she has decided to start a freelance career to focus on illustration, on individual and collaborative projects with other creative talents, mainly in the silk-screen printing field.

Manuela now combines her design thinking in the communication area and her creative talent in illustrations, thanks to the experience and knowledge she has acquired. In this dual role, she has designed the "FAO Handbook" (*Towards gender-equitable small-scale fisheries governance and development: a Handbook*), a manual on gender politics and fishing in developing countries.

"The main challenge with this editorial project," she explains, as she leafs through the manual, "is to convey a practical document to an audience of varied users, that is understandable and usable thanks to the illustrations, iconography and infographics".

"Translating the FAO's message required particular attention, so I studied the ethnic groups, cultures and geographic locations referred to during the requested storytelling. A solid analysis activity which was driven by my passion for illustration".



Fiorenero

simonamerlini.com
simona.merlini00@gmail.com

Il progetto di Simona Merlini: ideazione e realizzazione grafica del logo e delle etichette di una birra artigianale.

“L’America ci ha colonizzato l’inconscio”, sentenziava Wim Wenders, sottolineando l’aspetto della massificazione attraverso la cultura pop. Ma alzi la mano chi può sottrarsi a un’influenza tanto ingombrante. Tanto vale introiettare quella cultura e renderla attraverso uno sguardo personale e nuovo.

Simona Merlini si muove in questa direzione. 33enne laureata all’ISIA di Roma, più che la realizzazione oggettuale è l’aspetto visivo a interessarla.

“Ho sempre preferito restarmene a casa a guardare film su film”, ammette. Visione come strumento di conoscenza più che appiattimento ozioso. La sua produzione grafica attinge a piene mani da ogni aspetto della cultura pop: cartoni animati, serie tv, fumetti, cinema, pittura, musica. He-Man e i Blues Brothers sono accomunati da una coerenza autoriale che privilegia uno sguardo minimale e geometrico, l’uso netto del colore, la stilizzazione del tratto. L’effetto è quello di un’opera ottenuta per sottrazione.

Quando due produttori di birra la contattano per realizzare il logo e la grafica del prodotto, è appunto quella sobrietà stilizzata che ricercano, in linea con l’idea di avvicinare la cultura birraria alla più elegante e tradizionale cultura vinicola.

Simona parte dall’immagine del luppolo: la destruttura, la geometrizza, e attraverso rotazioni continue arriva alla stilizzazione di un fiore (“Fiorenero” è il brand della birra). Ecco il logo. Lo studio cromatico sugli ingredienti del prodotto fa il resto dell’etichetta.

Dopo alcune collaborazioni con il mondo editoriale in veste di illustratrice, adesso cura la grafica per studi cinematografici: viste le premesse, è naturale che il cinema fosse il suo approdo.

Simone Ungaro

A project by Simona Merlini: the conception and graphical production of logos and labels for a handcrafted beer.

“America has colonised our subconscious,” admonished Wim Wenders, underlining the global standardisation via popular culture. But put your hand up if you can avoid such a hulking influence. We might as well introjecting this culture and return it with a new personal look.

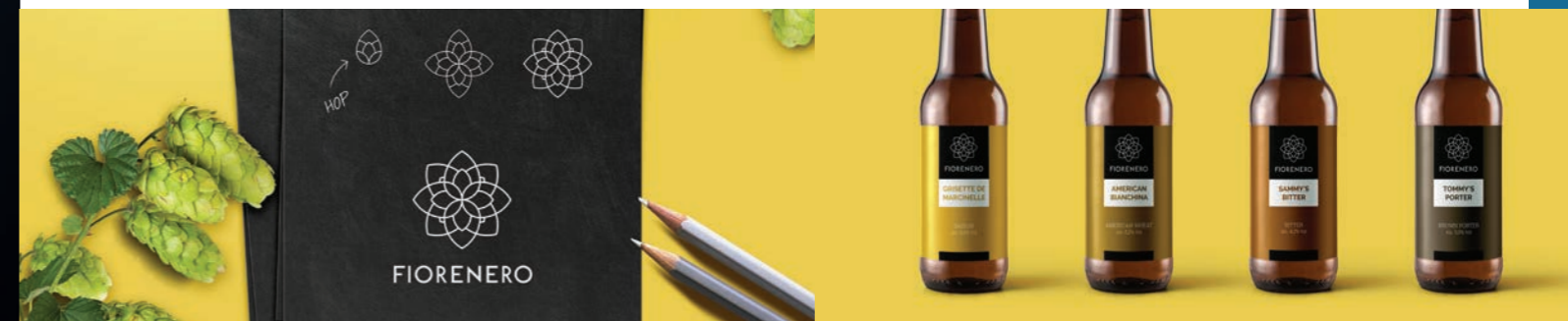
Simona Merlini is moving in this direction. A 33 year-old graduate of ISIA (Higher Institute for Artistic Trade) in Rome, it is the visual aspect that interests her rather than the production of objects.

“I have always preferred to stay at home and watch film after film,” she admits. Vision as a tool for knowledge rather than an idle laziness. Her graphic productions draw fully from all aspects of pop culture - animated cartoons, TV series, comic strips, cinema, paintings and music. He-Man and the Blues Brothers are combined in an authorial coherence that favours a minimalist, geometric look, with clean use of colour and the stylisation of line. The end result is a work arrived at by the removal of the superfluous.

When two brewers contacted her to create a product logo and graphics, it was just this stylised moderation that they were looking for. It fitted with their idea of bringing the brewing culture closer to that of the more elegant, traditional wine production.

Simona started off with an image of hops. She dismantled it, made it geometric and with numerous rotations arrived at a stylised flower - “Fiorenero” is the brand name of the beer. That’s the logo. The rest of the label is a colour study of the product’s ingredients.

After a few collaborations in the editorial world as an illustrator, she now looks after graphic design for movie studios. Given her background, it is only natural that cinema should be her haven.



Officina

behance.net/e-caponera
emanuelacaponera57@gmail.com

Emanuela sfrutta comunicazione visiva e illustrazione per ridefinire l'immagine di un locale e trasformarlo in un brand.

L'Officina è una piccola birreria di quartiere in zona San Giovanni, gestita da Alfredo e Mario, due fratelli con la passione per i motori e per la buona cucina. Ma grazie alla perseveranza e all'impegno dei due gestori, il locale si trasforma, diventando anche ristorante. Ed è qui che entra in gioco Emanuela Caponera.

Classe 1984, illustratrice, ha frequentato l'Accademia di Belle Arti e si è poi specializzata in comunicazione visiva all'Istituto Europeo di Design. Dopo varie collaborazioni come designer con diversi locali romani, Emanuela ha raccolto la sfida dei due gestori di Officina: gestire e rinnovare il marchio e il concetto del locale che da birreria diventava anche un ristorante, mantenendo intatto il sapore autentico degli anni 50, strizzando l'occhio sia alla buona cucina che all'amore per i motori dei proprietari.

La Caponera ha reinventato l'intera comunicazione visiva del ristorante, raccontando la sua lunga storia attraverso le illustrazioni all'interno e all'esterno dello spazio, col suo stile dalle silhouette minimali e dai colori decisi. Il risultato è un brand dalla forte identità, riconoscibile a primo impatto sia dai clienti affezionati che dai nuovi avventori.

Il lavoro è frutto di uno studio minuzioso sul campo ma è anche e soprattutto creatività allo stato puro. Partendo dall'osservazione dei dettagli, Emanuela Caponera mette in atto una sperimentazione visiva trasversale.

Il suo obiettivo è costruire un linguaggio sempre nuovo e d'impatto che, attraverso le immagini iconografiche, comunichi ed esalti la filosofia del brand di cui si occupa, facendo emergere i tratti distintivi e la diversità, creando - attraverso la progettazione e il disegno - un mondo parallelo ma strettamente connesso all'identità del cliente.

Valentina D'Urbano

Emanuela uses visual communication and illustration to redefine a pub's image and to transform it in a brand.

Officina is a small alehouse in Rome's San Giovanni district, run by Alfredo and Mario, two brothers who love cars and good food. Thanks to the perseverance and hard work of these two managers, the bar has been transformed and is now also a restaurant. At this point, Emanuela Caponera enters the story.

Born in 1984, she is an illustrator who studied at Art School and then specialised in visual communication at the IED (European Institute of Design). After various work as a designer for a number of bars in Rome, Emanuela received the challenge from the managers at Officina - to manage and renew the brand and concept of the place, which changed from a bar to include a restaurant, while maintaining the authentic 50s style and taking advantage of both the great cuisine and the owners' love of cars.

Caponera has reinvented the whole visual communication structure of the restaurant, by telling its long history through illustrations both inside and outside the building, using her minimalist silhouettes and precise colours. The result is a strong brand identity that is recognisable on first sight either by loyal customers or newcomers.

The work is the outcome of a minutely detailed study of the site, but most of all of her creativity in its purest form. Beginning with detailed observation, Emanuela Caponera puts into action a full visual experimentation.

Her goal is to always build a new, effective language that communicates and enhances the owners' brand philosophy, by using iconographic images. This allows the distinctive features and its diversity to emerge, by creating a parallel world - through planning and design - which is closely connected to the customer's identity.



Emanuela Caponera



Alpha Beta Charta

annachiaravalentini.it
val_annachiara@hotmail.com

Un viaggio dentro la poetica di Anna Chiara Valentini, la scultrice di carta che dà vita alle lettere dell'alfabeto.

Anna Chiara Valentini nasce a Parigi e si trasferisce a Roma, dove si forma come architetto. Inizia subito a praticare la professione, ma nel 2014 prende coscienza del fatto che lavorare per ore davanti a un computer la limita moltissimo. La stanca, la fa sentire stretta, un'esecutrice di comandi digitali. Invece di zittire i segnali del suo corpo, li segue coraggiosamente. Scopre per caso il *Quilling*, una forma d'arte che prevede l'uso della carta per la realizzazione di creazioni fantasiose, e s'incuriosisce.

Caparbia, prova a sua volta a fare i primi decori, ci prende gusto e si specializza: tanto che oggi, che ha 35 anni, ha fatto della lavorazione della carta il suo impiego a tempo pieno.

Anna Chiara è un'appassionata di calligrafia, di bella scrittura. Pensa così di reinterpretare il nostro alfabeto secondo il suo punto di vista, donando a ciascuna lettera una propria personalità: ecco come prende vita "Alpha Beta Charta". Guardandolo, si resta impressionati dalle forme, dalle linee, dalla precisione che ci vuole per dominare la carta come fa lei.

L'artista sente quello che una lettera può dire e la lascia esprimere. Le sue creazioni hanno la forza che si sprigiona dalle cose libere: come lei, che ha abbandonato la fissità e l'immobilismo della macchina per riconquistare un approccio artigianale alla produzione artistica.

Con grande perseveranza e precisione, Anna Chiara Valentini ha ripreso a toccare le cose, a rimisurarle e riscoprire la loro dimensione concreta. Dimostrando di sapersi adattare agli incastri delle forme e agli improvvisi guizzi della carta, ci regala lettere vive, attraverso le quali ci accorgiamo della bellezza dei segni che più ci appartengono, perché - combinate - ci danno quanto di più prezioso abbiamo: le parole.

Martina Germani Riccardi

A journey into the poetry of Anna Chiara Valentini, the paper sculptor who breathes life into the letters of the alphabet.

Anna Chiara Valentini was born in Paris and moved to Rome, where she trained as an architect. She immediately began working in her profession, but in 2014 she realised that working in front of a computer for hours every day was restricting her too much. She was tired of it. It made her feel hemmed in, just an executor of digital commands. Instead of silencing the signals from her body, she followed them with curiosity. She discovered, by chance, *Quilling*, an art form that uses paper to make inventive creations, and she was hooked.

Stubbornly, she tried to make her first ornaments on her own, she got a taste for it and has made it her own. So much so that today, at 35, she has made working with paper her full-time job.

Anna Chiara is passionate about calligraphy and beautiful writing. Consequently, she is thinking how to reinterpret our alphabet from her point of view, giving each letter its own personality - this is how "Alpha Beta Charta" took shape. Looking at it, you are struck by its shapes and lines, as well as the precision needed to control the paper as she does.

The artist feels what each letter could mean and then she lets it express that. Her creations have the strength of freed objects - just as she is, having left the fixed, immobile world of the machine to win back the handcrafted approach to artistic production.

With great perseverance and precision, Anna Chiara Valentini has gone back to touching things, to measuring them again and discovering their tangible dimensions. Having demonstrated her knowledge of adapting the joints in the shapes and the sudden jolts of the paper, she gift us with vibrant letters. Through these letters we become aware of the beauty of the signs that belong to us, because, when they are combined, they give us the most precious thing we have - words.



It's time to change

behance.net/mattiaiacobelli24
mattia.iacobelli@gmail.com

Mattia Iacobelli celebra, con una serie di illustrazioni digitali animate e musicate, la storia degli orologi Swatch.

Questa è una storia di passioni, una storia di padri e figli che si tramandano collezioni e interessi, un brand mondiale di orologi e la sua trasposizione in design, comunicazione e musica. Il racconto ci porta a Magliano Sabina, in provincia di Rieti.

Mattia Iacobelli ha una forte passione per gli orologi, è nata da quando era bambino. Suo padre era un collezionista di Swatch e lui con il tempo ha iniziato a conoscerne i nomi, a imprimerli nella memoria dettagli e colori, a studiarne i modelli, gli anni di produzione e le diverse caratteristiche tecniche. Un interesse che gli anni non hanno portato via. Dopo diversi anni, infatti, Mattia ha messo le sue competenze professionali di art digital director al servizio dell'amore per cinturini e quadranti.

E da qui nasce il progetto di realizzare una serie di illustrazioni digitali animate con l'intento proprio di celebrare Swatch, il popolare brand svizzero di orologi da polso.

Negli anni l'azienda elvetica ha giocato con forme, colori e materiali per far diventare il suo prodotto, oltre che uno strumento per misurare il tempo, anche un mezzo per comunicare e un oggetto da collezione.

Le tre mini clip di Mattia sfruttano quest'indole pop e ripercorrono la storia del marchio riportando le lancette agli anni 80, 90 e 2000. In rassegna i modelli più iconici della casa che si susseguono a ritmo dei brani che risuonavano alla radio durante quelle decadi.

"Ho ricreato i modelli attraverso la grafica vettoriale con il programma Illustrator, li ho animati utilizzando After Effects, passando quindi al montaggio e al sound", spiega Mattia. "Infine ci ho messo quel pizzico di me bambino che ancora oggi rimane incantato dal ticchettio degli orologi".

Serena Berardi

Mattia Iacobelli celebrates the story of the Swatch watch, with a series of digitally animated illustrations set to music.

This is the story of a passion. The story of fathers and sons passing on collections and interests. Of a global watch brand and its adaptation through design, communication and music. The tale takes us to Magliano Sabina, in the province of Rieti.

Mattia Iacobelli has a great love for watches - it began when he was a small child. His father was a Swatch collector, and with time, he began to learn their names, to imprint their details and colours on his memory, to study the models, the years of production and the various technical features. An interest that has never waned. After many years in fact, Mattia has applied his professional skills as an Art Digital Director in the service of his love for watch straps and clock faces.

From this, the project to create a series of digitally animated illustrations was born, with the aim of celebrating Swatch, the popular Swiss wrist watch brand.

Over the years, the Swiss company has played with shape, colours and materials to make their products unique, beyond a simple instrument to measure time, a way to communicate and a collector's item.

Mattia's three mini clips use this pop nature and retrace the brand's history by putting the clock back to the 80s, 90s and the early 2000s. The most iconic models of the label display themselves on the rhythm of the music that was being played on the radio during these decades.

"I have recreated models through vector graphics using the Illustrator software, then I animated them with After Effects, then moving on to the editing and sound", explains Mattia. "Finally, I added a pinch of myself as a child, that even today is bewitched by the ticking of watches".



Giovani Creativi - TWM Factory

twmfactory.it
nic.brucoli@gmail.com

Un lavoro fotografico di impatto visivo, una celebrazione dell'arte ai massimi livelli e dei talenti creativi under 30.

Incontro i ragazzi TWM a Fidene, presso Smistamento Roma - 300 metri quadrati di ex uffici delle Ferrovie - struttura ottenuta in comodato d'uso dopo aver vinto una call lanciata da RFI.

Nicola, Riccardo e Ginevra hanno un'aura creativa in cui confluisce la passione dei vent'anni e la consapevolezza che la creatività è infinita, si fa beffe dei limiti del tempo. Sono un'entità sola, capace di dare forma a un'emozione di bellezza che li abita da quando hanno iniziato a conoscere giovani di talento nel mondo dell'arte e dell'architettura, un universo in cui le idee geniali non hanno età. Seduta a un tavolo del loro futuro Hub, li ascolto rimescolare le sensazioni di un mese di sopralluoghi e due mesi di shooting nei più bei musei romani per ritrarre tredici artisti emergenti under 30 e "metterli in relazione con opere d'arte storicizzate".

"Giovani Creativi" è una serie di ritratti fotografici che celebrano il potenziale espressivo di talenti scelti per quella capacità di stupire e materializzare successi. Architetti, designer, dj, streetartist, si stagliano sullo fondo di scenari che assumono ulteriore significato, creando un'opera di profonda interpretazione artistica e di composizione estetica, una serie di biografie visive che trasformano i luoghi d'arte in terreno di incontro tra la storia e la contemporaneità.

Così un quadro di Fontana diventa il piano per costruire uno scatto in cui il genio di un giovane architetto progetta nuovi spazi; le pareti barocche delle stanze private di Palazzo Barberini incorniciano una designer e le sue creazioni minimaliste e altro ancora.

Gli scatti sono la conferma che il tempo non traccia confini ma espande possibilità, e che prima dei trent'anni è possibile fare la differenza realizzando qualcosa di unico. Il limite di questa pagina non lascia spazio alla potenza del loro progetto.

Elisa Cappai

A photographic endeavour of visual impact - a celebration of art at the highest level and of under 30s creative talents.

I'm meeting the guys from TWM at Fidene, near Smistamento Roma - 300 square metres of former railway offices - a building acquired on gratuitous loan after winning a call put out by RFI (Italian Rail Network).

Nicola, Riccardo and Ginevra share a creative aura merging the passion of their 20 years and their awareness that creativity is infinite, scorning the limits of time. They are a single entity, capable of giving shape to the beautiful emotion that lives inside them since they began to get to know the talented young people of the art and architecture worlds. A universe where bright ideas have no age. Sitting at a table at their future Hub, I listen to them shuffling their feelings after one month of surveys and two months of photo-shoot in the most beautiful museums in Rome, to portray thirteen emerging artists, all under 30 years old, and "placing them in relation to works of art in historical context".

"Giovani Creativi" is a series of photo portraits that celebrate the expressive potential of talents. Architects, designers, DJs, street artists, all stand out against backdrops that take on ulterior meanings. Creating a work of deep artistic depth and of aesthetic composition. A series of visual biographies that transform the places of art into a meeting place for history and modernity.

In this way, a painting by Fontana becomes the surface to build a photograph where the genius of a young architect designs new spaces. The Baroque walls of the private rooms in Palazzo Barberini frame a designer and her minimalist creations, and there are more like these.

The photos are the confirmation that time doesn't make the boundaries, but broadens the possibilities, and that before 30 years of age, it is possible to make a difference by creating something unique. The confines of this page do not allow enough space for the potential of their project.

Nicola Brucoli
Ginevra Corso
Riccardo Ferranti
Simone Galli
Davide Gallo
Carlo Settimio Battisti



Strade corsare al V

behance.net/francesca56d7 - behance.net/beatriceve29a6
francesca.ansanelli@gmail.com - beatriceverr@gmail.com

Un'app per bambini e adulti che apre itinerari turistici alla scoperta dei luoghi vissuti e narrati da Pier Paolo Pasolini.

Torpignattara, Quadraro, Centocelle e oltre. Il V Municipio è protagonista di una riqualificazione che però ancora non porta i turisti a deviare dai classici itinerari per scoprire nuove mete. Ed è questo l'obiettivo del progetto "Strade Corsare al V", firmato da Francesca Ansanelli e Beatrice Verrecchia, studentesse di Disegno Industriale alla Sapienza Università di Roma.

Un'app a scopo didattico che guida alla scoperta dei luoghi e dei personaggi di Pier Paolo Pasolini che li è vissuto, ambientandovi libri e film. Un gioco interattivo per due target diversi. Beatrice ha pensato a ragazzi e bambini, proponendo una caccia al tesoro sul territorio: ad ogni sosta, superata una prova/gioco, si ottengono le pergamene delle conoscenze che servono a loro volta a guadagnarsi gli abiti con cui vestire i corsari. Il primo corsaro è proprio Pasolini, poi ci sono Ricchetto e gli altri ragazzi di vita, Mamma Roma e così via.

Francesca si è concentrata sull'app destinata agli adulti, più didattica e ricca di date e aneddoti: chi la segue, può scegliere di esplorare il luogo attraverso le parole, leggendo brani e citazioni; attraverso i suoni, ascoltando spezzoni di film o poesie o ancora con le immagini. Ma è anche possibile mettere l'opzione random per un percorso che salta da una categoria all'altra.

Una volta arrivati alla tappa, è anche possibile deviare dall'itinerario pasoliniano per scoprire altri punti di interesse nel quartiere. Di questa app esistono disegni e struttura, lo sviluppo non è ancora avvenuto ma le due studentesse sono pronte a concretizzare il progetto. La scelta del luogo e del personaggio è stata frutto di un precedente lavoro per l'Università, che le aveva portate a scoprire e conoscere il V Municipio e a organizzarvi una mostra.

Caterina Grignani

An app for children and adults that shows tourist itineraries for the discovery of places inhabited and narrated by Pier Paolo Pasolini.

Torpignattara, Quadraro, Centocelle and others. The fifth municipality is the protagonist in the redevelopment that still so far don't make tourists deviate from their usual itineraries to discover new destinations. This is the goal of the project "Strade Corsare al V", designed by Francesca Ansanelli and Beatrice Verrecchia, students of Industrial Design at Sapienza University in Rome.

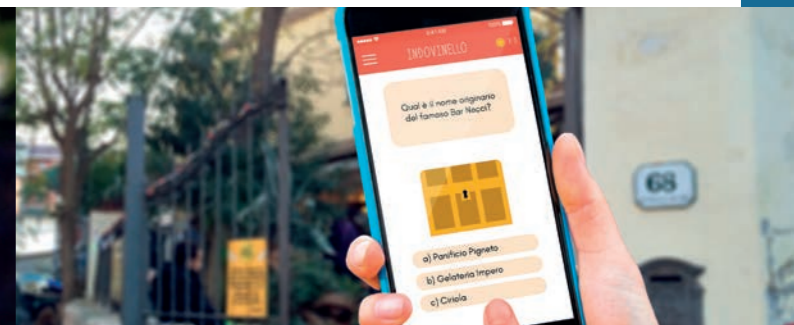
An educational app that guides the discovery of places and characters from works by Pier Paolo Pasolini who lived there, and set there books and films. An interactive game for two different target audiences. Beatrice has focussed on children and youngsters, offering a treasure hunt around the area. At each stopping place, with a test/game completed, they obtain the scrolls of knowledge that will enable them to earn clothes to dress up the pirates. The first pirate was Pasolini itself, then there was Ricchetto and the other "ragazzi di vita" (lost boys), Mamma Roma and so on.

Francesca has thought about the app aimed at adults, more educational and full of dates and anecdotes. Those who follow it, can choose to explore the area through words, reading fragments and quotations or through sounds, by listening to film clips or poetry, or even through images. And it is also possible to choose a random option, which will move from one type to another.

Once at a landmark, it is possible to change the itinerary to discover other places of interest in the district. For this app, there are designs and structures, but the development has not yet been done. However, the students are ready to put the project into action. The choice of location and character came from a previous piece of work for the University, during which they learnt about and got to know the fifth municipality and they organised an exhibition there.



Francesca Ansanelli
Beatrice Verrecchia



Mint LIST

mintlist.info
press@mintlist.info

Un'agenzia romana che punta a valorizzare l'architettura e il design utilizzando innovative strategie di comunicazione.

"Mint LIST" è un'agenzia specializzata nell'ambito dell'architettura e del design che si occupa di pubbliche relazioni, comunicazione e gestione dei media, nata a Roma nel 2016 dall'intuizione di Giulia Milza e Maria Azzurra Rossi.

Laureate entrambe in Architettura, dopo alcune esperienze all'estero - Giulia Milza a Barcellona e Maria Azzurra Rossi in Olanda - e la collaborazione con alcuni periodici e blog di settore, si sono concentrate sul versante della comunicazione, portando la propria competenza professionale sul mercato.

Principale obiettivo è quello di valorizzare l'architettura mediante nuove strategie di comunicazione e di promozione culturale, facendo rete con le varie realtà che operano nel settore. L'agenzia svolge principalmente attività di ufficio stampa e co-organizzazione di eventi di architettura e design e collabora con studi di architettura in Italia e all'estero, tra cui KAAAN Architecten in Olanda e Francisco Pardo in Messico. L'anno scorso ha tenuto allo IED di Roma una masterclass dal titolo: "Il Seme della Comunicazione".

Tra gli eventi di settore più rilevanti si segnalano la partecipazione a La Biennale e quella al New Generations Festival. In quest'ultimo evento internazionale l'agenzia, oltre a svolgere il ruolo di media partner, ha ideato "Press Box", un'installazione di SET architects contenente una selezione di pubblicazioni internazionali a cura di "Mint LIST", esposto nelle giornate del festival, dal 24 al 26 settembre 2017.

Il progetto si presentava come una moderna edicola eretta all'interno della suggestiva cornice settecentesca dell'Acquario Romano - Casa dell'Architettura; una sorta di tempio della cultura architettonica dove la forma archetipica della struttura dialogava con i materiali del presente.

Simona Pandolfi

An agency in Rome that aims to add value to architecture and design by applying innovative communication strategies.

"Mint LIST" is a specialist agency for architecture and design that deals with public relations, communications and media management. It was established in Rome, in 2016, following the insight of Giulia Milza and Maria Azzurra Rossi.

Both are architecture graduates, and have had some experience abroad - Giulia Milza in Barcelona and Maria Azzurra Rossi in Holland - along with collaborations with magazines and blogs they then concentrated on communication, taking their professional skills to the market.

Their primary objective is to add value to architecture through new communication strategies and cultural promotions, by fostering networks with various organisations that operate in the sector. The agency mainly carries out press office activities, co-organises architectural and design events and collaborates with architectural studios in Italy and abroad. These include KAAAN Architecten in Holland and Francisco Pardo in Mexico. Last year, it held a master class at the IED (European Institute of Design) in Rome, entitled, "Il Seme della Comunicazione" (The Seed of Communication).

Among the most relevant sector events, the studio participate to La Biennale and the New Generations Festival. As well as performing the role of media partner for the latter international event, the agency invented "Press Box". An installation of SET architects including a selection of international publications looked after by "Mint LIST", displayed during the festival, from 24 to 26 September 2017.

The project was presented as a modern newsstand built inside the evocative eighteenth-century cornices of the Acquario Romano - Casa dell'Architettura building. Creating a sort of temple to architectural culture, where the archetypal structure enters into dialogue with modern day materials.



Giulia Milza
Maria Azzurra Rossi



Marmi di Roma

instagram.com/marmidiroma

jessicasimonetti@hotmail.it - giordanosottosanti@live.it

Progetto che innova l'antico tridimensionalismo materico caro a Michelangelo, Bernini e Canova, portandolo su Instagram.

Qual è l'elemento tangibile in grado di unire e narrare l'intera storia della Città Eterna? "Osservando bene l'infinito patrimonio artistico e culturale di Roma, la scelta è parsa evidente ai nostri occhi: quell'elemento è indubbiamente il marmo".

Parole di Jessica Simonetti e Giordano Sottosanti.

Ma cosa può aggiungere il marmo a quello che Roma racconta già con la sua imponenza? "Le ragioni di questa scelta sono nella profonda storicità di questo materiale e nella sua capacità di unire antico e moderno, tradizione e innovazione".

Del resto Jessica e Giordano sono un duo che armonizza queste prerogative. Lei, laurea in Comunicazione Pubblica e d'Impresa, copywriter e Social Media manager freelance, collabora con imprenditori digitali, startup e testate giornalistiche. Lui, catanese di origine e romano di adozione, appassionato di storia e arte ed esperto in comunicazione, nel 2012 realizza un progetto finalizzato alla digitalizzazione e alla messa in rete del patrimonio documentario pubblico conservato presso l'Archivio Storico Capitolino.

Qualità, le loro, che si compenetrano nel progetto "Marmi di Roma". Il materiale usato da Michelangelo, Canova, Bernini come pasta densa da scolpire, intarsiare e animare, viene portato alla ribalta soprattutto tra le frange del target più improbabile per una texture così antica. Obiettivo raggiungibile solo innovando la storicità del materiale, facendole assumere i connotati tipici della generazione Y: socialità e condivisione digitali.

L'account con il nome @marmidiroma e l'hashtag ufficiale #marmidiroma sul social visuale più in voga tra i naviganti, sono la porta attraverso i secoli per gli utenti della community che, "dito alla mano", con i propri scatti dei marmi di Roma possono scolpire, intarsiare e animare l'intangibile spazio digitale.

Maria Teresa Sammarco

Project to renew the ancient, tactile 3d loved by Michelangelo, Bernini and Canova, by bringing it to Instagram.

What is the tangible element that unites and narrates the whole history of the Eternal City? "Looking through the wealth of artistic and cultural heritage of Rome, it seems obvious to my eyes. That element has to be the marble".

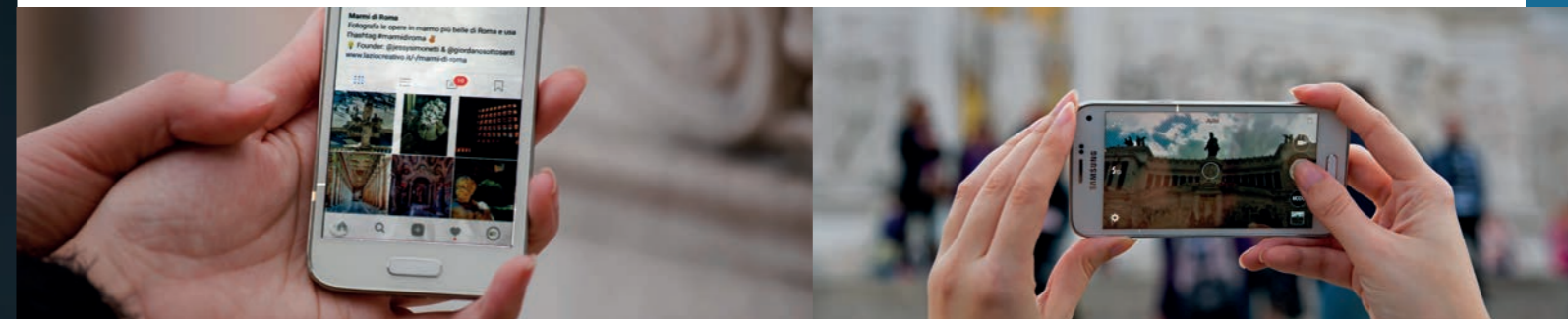
These are Jessica Simonetti and Giordano Sottosanti's words.

But what can the marble add to what Rome already tells with her grandeur? "The reasons behind this choice are in the deep historic value of the material and in its capacity to bring together the ancient and the modern, tradition and innovation".

After all, Jessica and Giordano are a couple who balance these traits out. A graduate in Public and Business Communications, she is a copywriter and freelance Social Media manager, who works alongside digital entrepreneurs, startups and newspapers. He came from Catania to Rome. He is passionate about history and art and is an expert in communications, and in 2012, he completed a project for the digitalisation and the online availability of the public documentary assets preserved at the Capitoline Historic Archive.

Their qualities, brought together, permeate this "Marmi di Roma" project. The material used by Michelangelo, Canova and Bernini is like a dense paste to sculpt, embellish and bring to life, and was brought to the fore through the fringes of the most improbable target for so old a texture. It is an aim that is only achievable by modernising the history of this material, letting it assume connotations that fit with generation Y, such as social skills and digital sharing.

The account with the name @marmidiroma and the official hashtag #marmidiroma are used on the most fashionable, image-focused social media. These form the gateway between the centuries for community users who with "fingers at the ready", and with their own photos of the marbles of Rome, too can sculpt, embellish and bring them to life in an intangible digital space.



HUD - Lo slancio verso il futuro a 360°

hud.agency
gaia.fabiani@hud.agency

HUD Agency di Latina è un team di giovani professionisti. Maghi del mondo digitale, a loro la crisi ha portato fortuna.

Nel 2016 Gaia, Michael e Denis fondano la loro agenzia di comunicazione. Poco più tardi si aggiungono altri tre soci, tutti giovanissimi e altamente specializzati, e due freelance. "Siamo cresciuti molto velocemente" raccontano, fieri di questa loro creatura: la HUD Agency.

Gaia, dopo la laurea in Economia Project Management, ha frequentato un master in Design e uno in Web Marketing. Michael, laureato in Grafica Design allo IED, si sta specializzando nel digital: web design, user interface e user experience design. Denis è sviluppatore web e app, Sara copywriter, Matteo fotografo, Genny fashion designer e illustratrice, Mirko sviluppatore, Giuseppe videomaker.

"Siamo un team", ripetono quasi in coro. Ci tengono a presentarsi come un gruppo di amici, oltre che di professionisti; mi raccontano delle loro trasferte, delle passioni comuni, "siamo umanamente molto uniti".

"Gli HUD" cercano, prima di tutto, l'empatia con il cliente: "A fine lavoro non siamo più dei semplici fornitori ma veri e propri partner". Non vendono un sito web o un'app ma un concept: realizzano tutto ciò di cui il cliente non sa ancora di avere bisogno. Con l'utilizzo della realtà virtuale 3D, per esempio, la HUD è stata in grado di trasportare i visitatori di una fiera negli stabilimenti di un'azienda con sede all'estero, grazie a un video immersivo a 360 gradi.

A differenza di altre giovani startup, la HUD non ha il problema di trovare lavoro ma di darne: "Non è facile attirare professionisti a Latina, ma da qui non ci muoviamo".

"La crisi?", chiedo io. Mi rispondono che "è stata la nostra fortuna", perché le aziende che si rivolgono a loro hanno già speso per prodotti di basso livello e approdano alla HUD con la speranza - mai vana - di ottenere vantaggi immediati.

Anna Giurickovic Dato

The HUD Agency in Latina is a team of young professionals. Magicians of the digital world - the recession brought them luck.

In 2016, Gaia, Michael and Denis founded their communication agency. Only a little later, another three members joined them, all very young and highly specialised, and two freelancers. "We grew up very fast," they tell us, proud of their creation - the HUD Agency.

Having graduated in Economics and Project Management, Gaia then did a Masters in Design and another in Web Marketing. Michael has a degree in Graphic Design from the IED (European Institute of Design), and now is specialising in digital: web design, user interface and user experience design. Denis is a web and app developer. Sara is a copywriter. Matteo is a photographer. Genny is a fashion designer and illustrator. Mirko is a developer and Giuseppe is a video maker.

"We're a team," they say almost in unison. They introduce themselves as a group of friends, as well as professionals. They tell me about their business trips, their shared passions - "we share beliefs and are closely united".

"The HUD team" looks for empathy with clients, above all else, "at the end of the day, we are more than simple suppliers, but true partners." They don't sell websites or apps, but concepts. They create everything that the client doesn't even know they need. For example, with 3D virtual reality, the HUD has been able to transport visitors of a business fair to an abroad factory, thanks to the immersive 360° video.

HUD is different from other young startups in that they have no problem finding work for themselves, "it's not easy attracting professionals to Latina, but we are not moving from here".

"And the recession?" I ask. They reply with, "It's been our best bit of luck", because businesses that come to us have already spent money on low-level products and arrive at the HUD with the hope - that's never in vain - of getting immediate returns.

Gaia Fabiani
Michael Morsicani
Sara Cannatelli
Matteo Damiani
Genny Fabiani
Denis Dani



Editoria, Illustrazione e Fumetto

Lettera aperta alla creatività

Open letter to creativity

Cara creatività, scusa se ti do del tu e se parlo in modo temerario, ma se un innamorato non osa, che razza d'amore è?

Ti guardo e contemplo rapito tutti i tuoi volti.

Ne hai tantissimi, sorprendenti e coinvolgenti, classici o inaspettati. Me ne rendo conto ancora una volta - l'ennesima - studiando i progetti che i giovani creativi del Lazio hanno inviato a questo contest.

Raccolte di illustrazioni, libri per ragazzi e per bambini, grandi classici rivisitati, fumetti, manga, un magazine d'arte, una casa editrice che mira a coinvolgere i lettori nella produzione dei libri, una mostra illustrata per far conoscere le donne che hanno contribuito alla fondazione dell'Europa unita, flipbook.

E dietro tutti questi lavori, di grande qualità e con ottime prospettive di sviluppo, ci sei tu, amore mio.

La creatività è un atto d'amore: per quello che si fa e per come lo si fa. Ecco: il mio augurio a questi giovani professionisti è quello di rimanere sempre innamorati di te, anche quando, tra tanti anni, non saranno più così giovani ma saranno sempre e comunque creativi.

Dear creativity, please excuse my informality and my reckless speech, but if a lover doesn't take a chance, then what kind of love is it?

Captivated, I look at you and I admire all of your many facets.

There's no end to them - surprising and fascinating, classical or unexpected. I am aware of them again, for the umpteenth time, while I am considering all the projects sent into this competition by young creatives of Lazio.

Collections of illustrations, books for kids and young children, reimagined great classics, cartoons, manga, an art magazine, a publishing house aspiring to engage readers in the making of books, an illustration exhibition showing the women who contributed to establishing the European Union and flip books.

Behind all of these high-quality works, with excellent development prospects, there's you, my love.

Creation is an act of love: in terms of both the what and the how. So, my wish for these young professionals is to always remain in love with you, even after many years, when they are no longer young, but they are still - and always will be - creative.

Stefano Cipolla

Grafico e giornalista, Stefano Cipolla lavora per il quotidiano *La Repubblica*. Ha insegnato all'Istituto Europeo di Design e attualmente è docente di Grafica Editoriale e Infografica presso la Scuola di Giornalismo di Urbino, il MiMaster di Milano e le Aries Écoles (Lione, Grenoble, Aix-en-Provence). Nel mondo della comunicazione visiva da più di vent'anni, ha iniziato lavorando in agenzie pubblicitarie e studi grafici, migrando poi nel mondo dei giornali.

Ritiene un privilegio poter esercitare questa professione; è proprio per questo che ancora oggi ha la stessa passione di quando ha cominciato.

Graphic Designer and Journalist, Stefano Cipolla works for the Italian national, daily newspaper *La Repubblica*. He has taught Design at the IED (European Design Institute) and currently lectures in Publishing Graphic and Infographics at the School of Journalism in Urbino, the MiMaster in Milan and the Aries Écoles (in Lyons, Grenoble, Aix-en-Provence). He has worked for over 20 years in the world of visual communication - he started out in advertising agencies and graphics studios, then moving on to newspapers.

He considers it a privilege to be part of this profession. It is for this very reason that he has the same passion for it as the day he started.

Atlante Illustrato delle Nuove Costellazioni

studiopilar.it
hello@studiopilar.it

Un innovativo progetto editoriale nato dall'affiatamento di giovani professionisti accomunati dalla stessa passione.

Completato il corso di Illustrazione presso lo IED di Roma, l'affiatamento e la stima reciproca ha fatto sì che Andrea Mongia, Andrea Chronopoulos, Giulio Castagnaro e Giulia Tomai decidessero di unirsi in uno spazio di coworking, dal quale è nato lo Studio Pilar, etichetta di autoproduzione editoriale e, dal 2015, associazione culturale. Il gruppo ha iniziato pubblicando fanzine illustrate e di piccola tiratura, acquisendo nel tempo esperienza e competenza. Qualità tradotte in volumi sempre più complessi e curati, come "Atlante Illustrato delle Nuove Costellazioni". Tra i progetti più ambiziosi di questa giovane ma attivissima etichetta c'è "Cocktails", una collana antologica a fumetti composta da quattro volumi, ognuno dei quali ospita sei storie di autori italiani e internazionali.

Pilar organizza anche mostre di illustrazione di artisti del calibro di Gianluca Folì, Simone Rea, Claudia Palmarucci, Jim Pluk, Squame, Associazione Illustri, Bcomics e Inuit. E ancora: workshop di disegno, grafica e stampa artigianale con professionisti del settore quali Andrea Baldelli, Simone Rea, Gianluca Folì, Riccardo Falcinelli.

E per dare il giusto seguito al lavoro dietro le quinte, non potevano mancare le presentazioni di libri illustrati e fumetti tra cui quelli di Martoz, Squame, Associazione Illustri, Fulvio Risuleo e Le petit Neant. All'interno degli spazi dell'associazione è inoltre presente Pilar Bookshop, una piccola libreria che ospita libri illustrati, fumetti e fanzine da tutto il mondo. Tanti nomi e tanta eccellenza, quindi, alla base di questo progetto editoriale.

La mission dello Studio Pilar è divulgare e valorizzare il linguaggio dell'illustrazione e del fumetto. Con l'Atlante, l'obiettivo è offrire un'ampia panoramica su stili e linguaggi illustrativi e comunicativi contemporanei.

Jason Ray Forbus

An innovative publishing project born from the team spirit of young professionals united by the same passion.

After completing the illustrators course at the IED (European Institute for Design) in Rome, the team spirit and reciprocal respect was so great that Andrea Mongia, Andrea Chronopoulos, Giulio Castagnaro and Giulia Tomai decided to work together at a co-working location. Studio Pilar was created as a result of this, a label for self-publishing and, since 2015, a cultural association. The group started off publishing illustrated fanzines with small circulation, while learning new skills and gaining experience. These qualities were then transferred into ever more complex and well-finished volumes, just like "Atlante Illustrato delle Nuove Costellazioni". Among the more ambitious of these projects of this highly productive label is "Cocktails". An anthological series of comic strips made up of four volumes, each with six stories by Italian and international authors.

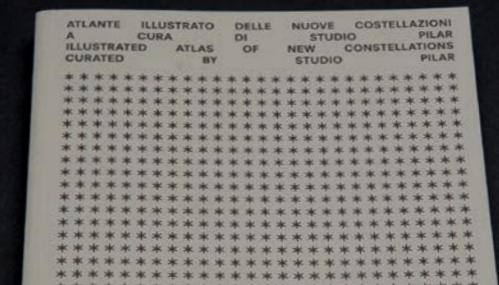
Pilar also organises exhibitions of illustrations by such artists as Gianluca Folì, Simone Rea, Claudia Palmarucci, Jim Pluk, Squame, Associazione Illustri, Bcomics and Inuit. And even workshops on drawing, graphics and artisan printing led by professionals in the sector such as Andrea Baldelli, Simone Rea, Gianluca Folì and Riccardo Falcinelli.

To give a full picture of the work carried out behind the scenes, there are the launches of illustrated and comic books by artists such as Martoz, Squame, Associazione Illustri, Fulvio Risuleo and Le petit Neant. Inside the association's office space there is also the small Pilar Bookshop, which offers illustrated and comic books and fanzine publications from across the world. So many big names, and so much excellence lies behind this publishing project.

The Pilar mission is to spread the word about and increase the value of the language of illustrations and comics. The aim is to offer a broad overview of styles and contemporary illustrative and communication languages.



Giulio Castagnaro
Andrea Chronopoulos
Andrea Mongia
Giulia Tomai



IL MURO

ilmuromagazine.com
infoilmuro@gmail.com

A Latina, una rivista bimestrale di cultura, pubblicata in digitale e su carta, promuove l'integrazione tra le arti.

Il primo Novecento segnò l'epoca d'oro delle riviste culturali italiane, che rivestirono un'importanza estetica, morale e politica mai più conosciuta. Eppure da anni, complici le possibilità offerte dalla rete, si assiste a un interessante rinascimento del fenomeno della rivista di cultura.

Proprio dalla rete prende le mosse "IL MURO", blog sull'arte che, trasformatosi ben presto in associazione culturale, nel 2015, avvalendosi di sponsor privati, diventa testata bimestrale. Alla pubblicazione cartacea si coniuga quella online, bilingue.

Pur avendo collaboratori dislocati su tutto il territorio nazionale, il collettivo redazionale ha sede a Latina: il territorio pontino è punto di partenza per un'indagine che ha poi più ampio respiro internazionale.

Nella rivista, la cui copertina è coraggiosamente muta, si spazia dall'arte dei musei a quella visiva, dalla musica alla letteratura, in un dialogo trasversale e costante tra le discipline, favorito dall'estrazione variopinta di collaboratori e redattori: storici dell'arte, del cinema, archeologi, psicologi, sociologi. Una pluralità di voci amalgamata dall'intento di promuovere con piglio critico una lettura lenta e un dibattito sull'arte in chiave contemporanea.

Più che al muro disgregativo dei Pink Floyd (per non parlare dei muri della Storia più o meno recente), è al muro beffardo di Sartre che si guarda: una superficie costringente che pure, all'occhio buono, può lasciare intravedere varchi montaliani (la maglia rotta nella rete).

La testata è spesso presente a manifestazioni culturali, occupandosi anche della loro organizzazione: è il caso di "Potere alle Storie", Festival della Narrazione di Latina, promosso da Magma, da cui è stato tratto un numero speciale. Anche questa sembra l'evoluzione coerente delle vecchie gloriose riviste.

Simone Ungaro

A bimonthly cultural magazine is published digitally and on paper in Latina and promotes the integration of the arts.

The early twentieth century witnessed the golden era of Italian cultural journals, which assumed a previously unknown aesthetic, moral and political significance. And yet in recent years, there have been signs of a resurgence, helped by the possibilities offered by the internet.

And "IL MURO" took inspiration just from the web. It started as an art blog that soon transformed into a cultural association in 2015, and by taking advantage of private sponsors, it became a bimonthly magazine. There is also an online publication, in two languages.

Although the contributors are spread across Italy, the editorial organisation has its office in Latina. The Pontino area is the starting point for research with an international width.

The magazine, whose cover is bravely blank, encompasses museum art and the visual arts, music and literature, in a continuous cross-dialogue between disciplines. All fostered by the varied lineages of contributors and editors: historians of art and cinema, archaeologists, psychologists and sociologists. A multiplicity of voices brought together by the purpose of promoting slow reading and debate on art in a contemporary key and through a critical approach.

The reference is not so much the wall Pink Floyd broke down (nor the other, more or less recent, walls in history), but more the mocking wall of Sartre. A confining surface that still can let a good eye glimpse Montale's openings (the broken link in the chain).

"IL MURO" often takes part in cultural events, or looks after their organisation. This was the case with "Potere alle Storie" (Power to stories) and "Festival della Narrazione" (Storytelling Festival) in Latina, promoted by Magma, about whom a special edition was published. Even this seems to be a coherent evolution of the illustrious old journals.

Gaia Palombo
Valeria Martella
Jamila Campagna
Valentino Finocchito
Francesco Fazzi
Alessandro Tomei



Italia Nipponica

barbaramontruccoli.com
montruccoli.barbara@gmail.com

Fumettista dallo stile nipponico, Barbara Montruccoli ha un sogno: dimostrare che si può fare *manga* pur essendo italiani.

Giovane, 25 anni appena. E già un percorso di studi e una formazione di tutto rispetto nel mondo del fumetto. Barbara Montruccoli ha iniziato a disegnare fin da piccola, assecondata in questa passione dai suoi familiari che l'hanno sempre sostenuta nelle sue scelte. Cresciuta a pane e "Bim Bum Bam", affascinata dagli anime che trasmettevano in tv, ha cominciato a disegnare ancor prima di capire che proprio il disegno sarebbe potuto diventare il suo lavoro.

A dodici anni ha letto il suo primo *manga* e in quel momento ha compreso la forma esatta del suo futuro. Ha frequentato l'Accademia Europea di Manga e, anche se spesso non è stato facile, dovendosi scontrare con il disinteresse dei più e con la poca conoscenza del suo stile, Barbara non si è mai persa d'animo. E quando ne parla traspare tutta la passione e tutta la voglia di riuscire, passione e determinazione che la porteranno lontano.

Il suo progetto "Italia Nipponica", non si riferisce a un singolo volume o a una serie di tavole. È un contenitore più grande, il motore di un'idea che Barbara coltiva da molto tempo e che cerca di sviluppare in modo continuativo, coinvolgendo altri colleghi, promuovendo le produzioni italiane e facendo quello che sa fare meglio: disegnare. L'obiettivo della Montruccoli è dimostrare che il *manga* non è solo uno stile di fumetto prettamente giapponese ma un mezzo di narrazione potente, una forma d'arte che trascende dalla nazionalità e dalla cultura di un paese e che può essere fatta - e fatta bene, in modo autoriale - anche in Italia.

Ama raccontare storie e vuole raccontarle con la forma narrativa che sente sua, anche se nel nostro paese la realtà del *manga* è ancora una nicchia, un genere ingiustamente sottovalutato. Ancora per poco...

Valentina D'Urbano

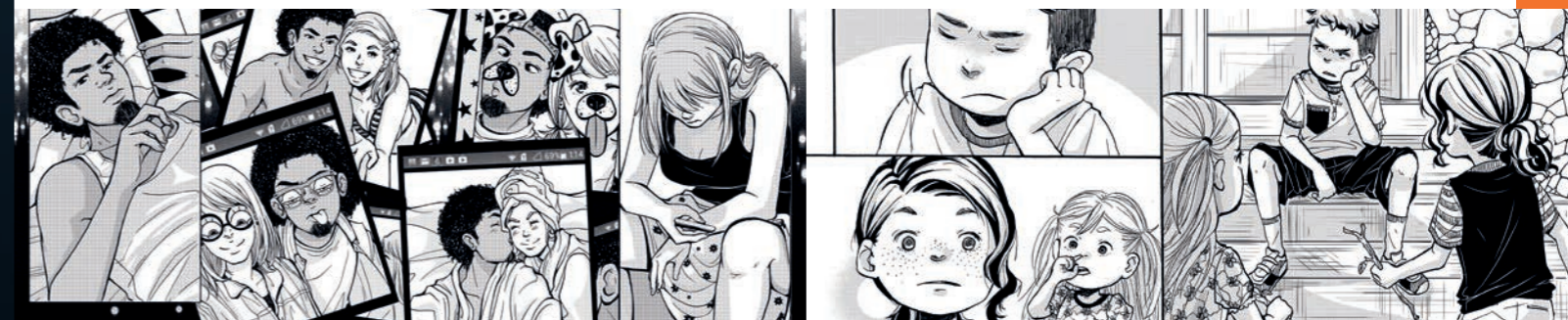
Japanese-style cartoonist, Barbara Montruccoli has a dream - to show that even Italians can make *manga*.

A young woman, hardly 25 years old, and she has already studied hard and been trained in every aspect of the world of comics. Barbara Montruccoli started drawing when she was very young. Her passion was fostered by her family that always supported her in her choices. She lived and breathed cartoons, enthralled by the animated stories broadcast on the TV, she began to draw even before she understood that this could become a job.

She read her first *manga* at 12, and from that moment she was certain of her future. She studied at the European Manga Academy and, even if it was frequently difficult, having to clash with other people's lack of interest and poor knowledge of the style, Barbara never lost heart. When she talks about it, all her passion and desire to succeed shine through, passion and determination that will take her far.

Her project "Italia Nipponica", is not simply one volume or a series of strips. It is a much larger container, driving an idea that Barbara has cultivated for a long time and one that she attempts to continuously develop, by getting colleagues involved, promoting Italian products and doing what she knows best - drawing. Montruccoli's aim is to prove that *manga* is not just a purely Japanese cartoon style, but a powerful medium for narration. An art form that transcends nationalities and cultures and one that can be done - and done well, in an authorial way - even in Italy.

She enjoys storytelling and wants to tell stories in a format that she feels at home with, even if *manga* is still a niche area, a genre unfairly undervalued, in Italy. But not for long...



B Comics - Fucilate a strisce

b-comics.com
ifixedizioni@gmail.com

Segni che raccontano storie: l'utopia a fumetti dello Studio romano Ifix.

Chi l'ha detto che per raccontare storie bisogna usare parole? "Shhh!", l'ultimo volume della trilogia pubblicata da Ifix - Studio di design, comunicazione visiva e casa editrice di Maurizio Ceccato e Lina Monaco - sembra insegnarci un'altra verità.

150 fogli di tavole, racconti di carta di dieci autori italiani, con le pagine in technicolor in formato cinerama, e zero parole: sono fumetti silenziosi. Questa è solo l'ultima delle utopie del progetto "B Comics - Fucilate a strisce", ideato da Maurizio Ceccato, disegnatore di fumetti, grafico, illustratore e fondatore di Ifix nel 2007.

Nel 2010, Maurizio dà vita alle Edizioni Ifix, cominciando con la rivista-libro *Watt - Senza Alternativa*. Nel 2014 si dedica invece alla prima antologia di disegnatori di fumetti italiani, il primo volume della trilogia onomatopoeica a marchio "B Comics": "Crack!", seguito poi da "Gnam!".

Diversi sono i punti di forza di questa idea editoriale, a cominciare dagli autori: tutti italiani, scelti da Ceccato tramite una forte e profonda attività di scouting. Nessuno di loro deve essere mai stato pubblicato prima e nessuna delle loro storie deve esistere prima che i tipi di Ifix gli diano l'input creativo.

Ceccato cerca il segno che gli interessa, affianca i disegnatori che sceglie, seguendo la costruzione di ogni singola vignetta. Un'attenzione, la sua, che giustifica una pubblicazione su carta, di cui lui e Lina Monaco vorranno essere contenti "anche fra dieci anni".

Quello di Maurizio e Lina è un lavoro di ricerca: "Facciamo con parsimonia ma cerchiamo di valorizzare e dare dignità agli autori che pubblichiamo". In tre anni sono diventati più di trenta. Li tirano fuori dall'anonimato, "dalla cecità della grande editoria". Li pubblicano, li fanno valere, godendosi le "interazioni umane magnifiche" che ne derivano.

Martina Germani Riccardi

Traits that tell stories: the comic utopia from the Ifix Studio based in Rome.

Who said you need words to tell a story? "Shhh!" the last volume in a trilogy published by Ifix - design studio, visual communication and publishing house run by Maurizio Ceccato and Lina Monaco - seems to be teaching us another reality.

150 pages of illustrations, stories by ten Italian authors, put on paper in Technicolor, widescreen format sheets and absolutely no words. These are silent comics. This is the most recent of the utopian projects to come from "B Comics - Fucilate a strisce", devised by Maurizio Ceccato, cartoonist, graphic designer and founder of Ifix in 2007.

In 2010, Maurizio established his publishing label Edizioni Ifix, with the magazine-book *Watt - Senza alternativa (Watt - No Alternatives)*. In 2014 he edited his first anthology of Italian cartoonists, the first volume of the onomatopoeic trilogy from the "B Comics" label: "Crack!", which was then followed by "Gnam!".

There are many strengths to this publishing approach, starting with the authors. They are all Italian, chosen by Ceccato through detailed scouting activities. None of them has had work published before and none of their stories existed before the guys from Ifix gave them creative input.

Ceccato looks for the traits that interest him, he supports the cartoonists he selects, through the development process for each and every strip. His attention leads to a publication which will still be viable, and about which both he and Lina Monaco want to feel proud "even in ten years' time".

Maurizio and Lina's work is about research, they say, "we act in a frugal way, but we try to add value and offer status to our artists". Over three years, they now have more than thirty artists. They bring them out of obscurity, "from the big houses' blind spot". They publish their work, promote them, delighting in the resulting "wonderful human interactions".



Maurizio Ceccato



Hygge

behance.net/ariannausai
ariannausai@gmail.com

Il ricettario di Arianna Usai. Dedicato alle famiglie, illustra il segreto danese che insegna a scegliere la felicità.

“Per essere felici bisogna dare importanza alle piccole cose”. È il mantra di Arianna Usai, illustratrice 30enne e autrice del libro “Hygge”. Le sue pagine racchiudono il segreto del popolo più felice del mondo: i danesi.

Durante il liceo, Arianna trascorre un anno in Danimarca, ospite di una famiglia con una bimba di 10 mesi. “La cultura di questo Paese fa parte di me - spiega la ragazza - perché durante quell’esperienza ho imparato la lingua, ho partecipato alle attività quotidiane dei genitori e della figlia e ho condiviso con loro i momenti di relax”.

All’epoca il metodo educativo danese e lo *hygge* - cioè lo stile di vita basato sui piccoli piaceri, il calore familiare e la socialità - non avevano ancora riscosso il successo di cui godono oggi.

“Vista l’attenzione odierna per quell’approccio di cui avevo fatto esperienza in prima persona, ho capito che i tempi erano maturi per realizzare un libro. Ho pensato a un ricettario, accompagnato dalle mie illustrazioni di tre famiglie di animali: volpi, conigli e topi”.

Il volume raccoglie 15 semplici attività, pensate soprattutto per genitori e figli, corredate dalla descrizione del procedimento e dall’elenco degli ingredienti per metterle in pratica. Il segreto danese della felicità suggerisce di leggere un buon libro davanti al camino, guardare un film con tutta la famiglia riunita sul divano con i popcorn, fare un lungo bagno rilassante.

“Il focus non è tanto su quali cose fare ma su come farle. I danesi creano un vero e proprio rituale attorno a occasioni apparentemente banali. E poi dedicano molto tempo agli affetti e alle persone care”. Arianna ricorda che in casa della sua famiglia danese era appeso un quadretto con scritto sopra: “Happiness is a choice”, la felicità è una scelta. Il ricettario di Arianna consiglia una via semplice per prenderla.

Serena Berardi

Arianna’s recipe collection. Dedicated to families, it illustrates the very Danish secret that teaches to choose happiness.

“You have to focus on the simple things if you want to be happy”. That is the mantra of Arianna Usai - the 30-year-old, illustrator and author of the book “Hygge”. Its pages hold the secrets from the happiest people in the world, the Danes.

While at secondary school, Arianna spent a year in Denmark, as a guest of a family with a 10-month-old baby. “This country’s culture is part of me,” she explains, “because, during my stay, I learnt the language, I got involved in the parents’ and child’s daily life, and I shared their chill out time”.

At the time, the Danish education model and *hygge* - a lifestyle based on the enjoyment of simple things, the warmth of the family and close relationships - had not earned the success that they enjoy today.

“Seeing the interest there is these days for the approach I experienced first-hand, I realised that it was the right time for this kind of book. So, I devised a recipe book, illustrated with drawings of three animal families: wolves, rabbits and mice”.

The book brings together fifteen simple recipes, aimed specifically at parents and children, with the method description and a list of ingredients to use. The Danish secret of happiness suggests that we should read a good book in front of the fireplace, watch a film together with the family, sitting on the sofa with popcorn or enjoy a long, relaxing bath.

“The focus is not so much on what you do, but how you do it. The Danes create a real ritual around the most apparently banal things. And they spend a large part of their time on affection and on people dear to them”. Arianna remembers that in the Danish family home there was a charming picture with the caption: “Happiness is a choice”. Arianna’s recipe book advises on a simple way to achieve it.

IL PIACERE DI UN BEL LIBRO

La lettura di un libro illustrato è un piacere in sé fatto ad alta voce e in compagnia.

INGREDIENTI

- 1 libro illustrato
- 1 goccia di calore familiare, caldo e accogliente
- 1 posto di calore familiare, caldo e accogliente

PROCEDIMENTO

Entrare nella libreria o in un negozio di libri, o presso un punto vendita online, prendere un libro illustrato e leggerlo ad alta voce, con un familiare o un amico. Assicurarsi di essere comodi e accoglienti in una stanza accogliente. Assicurarsi di leggere il libro ad alta voce e in compagnia.

ALTERNATIVE

Se non avete il camino, o la stufa, potete creare l'atmosfera accendendo un focolare, o un braciere, o un fornello.



UN FILM CON TUTTA LA FAMIGLIA

Il film d'animazione è un piacere in sé fatto ad alta voce e in compagnia. Il film d'animazione è un piacere in sé fatto ad alta voce e in compagnia.

INGREDIENTI

- La comodità di tutti
- I componenti della vostra famiglia
- 1 film d'animazione
- 1 televisore
- 1 posto comodo dove sedersi
- 1 pop-corn a volontà
- 1 coperta accogliente

PROCEDIMENTO

Selezionare un film d'animazione con il titolo che piace a tutti. Assicurarsi di essere comodi e accoglienti in una stanza accogliente. Assicurarsi di guardare il film ad alta voce e in compagnia.

ALTERNATIVE

Le alternative sono: un'atmosfera perfetta e popcorn, come qualsiasi altro film o serie tv.



Le scoperte di Bebo e Bice

francescozito.it
allthelifecolors@gmail.com

Francesco è padre artistico di illustrazioni allegre e originali, immerse in un mondo di colori in continua evoluzione.

I bambini cominciano a camminare spontaneamente, seguendo l'esempio degli adulti che li guidano a mettere un piede dietro l'altro. I bambini imparano ciò che vedono. Francesco Zito ha imparato prima a tenere in mano una matita che a camminare, ricalcando le orme artistiche della famiglia.

Nel 2011, a soli 23 anni, la sua prima brillante pubblicazione vede la luce. In breve tempo la sua discendenza artistica si popola di molti altri successi - Edizioni EL, Giunti, Mondadori - che attualmente non si contano più sulle dita delle mani. Sono astri che attraversano l'Italia, arrivano all'estero e rischiarano un universo vivace come l'Isola che non c'è. Ma il suo talento c'è e si vede, è traccia tangibile del suo animo da Peter Pan.

Fin da subito comprende che la sua arte deve lasciare impronte colorate. I piccoli imparano ciò che leggono. Le storie di Bebo e Bice è una collana di libri di divulgazione scientifica per bambini in età prescolare, edita da Editoriale Scienza.

I testi sono opera del gruppo Tecnoscienza, mentre i personaggi sono nati da Francesco, che dal 2015 ha infuso un alito di vita a Bebo, verme rosa con i rasta, e a Bice, un'occhialuta pulce con lunghe trecce. Li ha visti crescere nei mondi allegri e sfumati che ha tratteggiato apposta per loro, utilizzando il disegno in digitale per riprodurre le tecniche tradizionali e accogliere dolcemente i piccoli lettori.

Ha generato le ambientazioni e infuso piccoli dettagli capaci di restituire anche il linguaggio non verbale dei due simpatici protagonisti. Tra le pagine i bambini imparano a vivere le scoperte scientifiche spontaneamente, tramite esperimenti semplici e accattivanti. Francesco ha creato Bebo e Bice a sua immagine e somiglianza, disegnando personaggi che fanno della fantasia un'occasione di crescita e apprendimento.

Elisa Cappai

Francesco is the artistic father of original, cheerful illustrations, immersed in a continuously evolving world of colour.

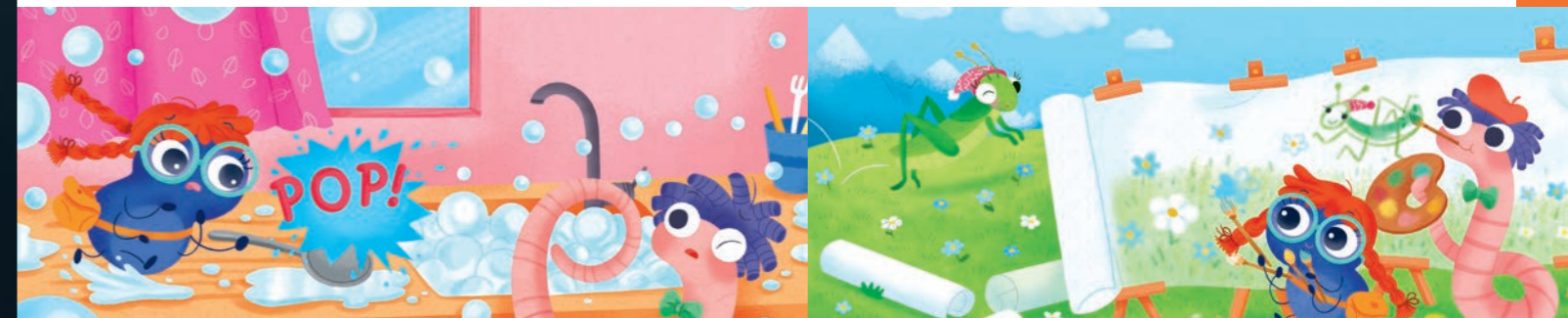
Young children start walking spontaneously, following the example of the adults who guide them to put one foot in front of the other. Children learn from what they see. Francesco Zito learnt firstly how to hold a pencil and then how to walk, following in the artistic footsteps of his family.

At only 23, in 2011, he published his first splendid book. In a short time, his artistic heritage gave rise to many other successes, from the publishers Edizioni EL, Giunti and Mondadori, to the point that now you can no longer count them on two hands. They are stars that cross Italy, go abroad and take their chances in universe as lively as the island of Neverland.

His talent it's clear to see, it is a tangible sign of his Peter Pan soul. He understood, since the beginning, that his art must leave traces of colour. Kids learn from what they read. The stories of Bebo e Bice are a series of books for the popularisation of science aimed at pre-school age children, published by Editoriale Scienza.

The text is provided by the Tecnoscienza group, while the characters are born of Francesco, who since 2015, has breathed life into Bebo, a pink worm with dreadlocks, and to Bice, a spectacled flea with long plaits. He has watched them grow in the joyful, shaded worlds he has sketched just for them. He has used digital drawings to reproduce traditional techniques and to slowly welcome in the younger reader.

He has created settings and infused them with tiny details to include even non-verbal language from the two likeable protagonists. Through his pages, children learn to experience scientific discoveries, by means of simple, engaging experiments. Francesco has created Bebo and Bice in his own image, drawing characters who use their imagination as an opportunity to grow and learn.



Viaggio al centro della Terra

behance.net/saracarnimeo
sara.carnimeo@gmail.com

Creativa di Latina, Sara utilizza la tecnica del collage per la rilettura di un classico della letteratura fantastica.

Un classico della letteratura fantastica che si veste con immagini nuove, realizzate con la tecnica del collage.

Sara Carnimeo ha sviluppato questo progetto editoriale come lavoro di tesi negli anni di studio all'Istituto Europeo di Design, durante il corso di Comunicazione Visiva e Grafica. E lo ha poi visto concretizzarsi, stampato e distribuito, durante un tirocinio formativo da Armando Curcio Editore, la stessa casa editrice che aveva proposto l'idea agli studenti dello IED.

Il libro è *Viaggio al centro della Terra* di Jules Verne, un testo che ha compiuto più di 150 anni ma che continua a fare immaginare mondi possibili e avventure epiche. E proprio un lavoro di immaginazione ha fatto Sara, scegliendo visual realizzati con il collage, una tecnica che permette di incollare una testa enorme a un corpo minuscolo, di far volare un uomo a bordo di un uccellino o far riposare i protagonisti sotto il mare. Quadri visionari, realizzati con il ritaglio, l'accostamento e la sovrapposizione di immagini, scenari fantasiosi che fanno da sfondo all'avventura di Otto Lidenbrock e di suo nipote Alex.

Le immagini, unite a brevi citazioni del testo, accompagnano il lettore in visioni surreali ma armoniche. Il volume, che nel progetto richiesto inizialmente dall'editore agli studenti era a tiratura limitata e di grande formato, si è poi tramutato, all'atto della realizzazione, nel numero zero di una collana che vuole ripubblicare i grandi classici.

Sara Carnimeo ha lavorato in diverse agenzie di grafica prestando le sue capacità a ogni tipo di prodotto. Ma l'impaginazione e le grafiche per l'editoria sono la sua vocazione, scoperta dopo gli anni del liceo. Anche con questo obiettivo sta aprendo, a Latina, un suo studio grafico.

Caterina Grignani

A creative talent from Latina, Sara uses collage to reinterpret a classic of fictional literature.

A classic of science fiction literature illustrated with new images, made in collage.

Sara Carnimeo developed this editorial project as part of her thesis during her years of study at the IED (European Institute of Design), where she attended the Visual Communication and Graphics course. She has then seen it come to fruition, be printed and distributed, while she was an apprentice at the publishers Armando Curcio Editore, which had originally proposed the idea to the IED students.

The Jules Verne book, *Viaggio al centro della Terra* is over 150 years old, but continues to set fire to the imagination of possible worlds and epic adventures. And it is a real work of imagination that Sara has made, choosing images created in collage, a technique that allows an enormous head to be attached to a minuscule body, to have a man fly alongside a bird, or to let the protagonists rest at the bottom of the sea. Inventive pictures, created with clippings, juxtaposition and image overlays, fantastical scenes that provide a backdrop for the adventures of Otto Lidenbrock and his nephew Alex.

The pictures, together with short quotations from the text, accompany the reader with surreal but harmonious views. The book, as originally requested by the publishers from the students, had to be in large format and with a small print run, but then it has become, through its production, a trial issue for a series of great classics reprints.

Sara Carnimeo worked for various graphic design agencies, using her abilities in all kinds of projects. But her real vocation, discovered after her years in secondary school, is to work in page layout and graphics for publishing. And also to this end she is currently opening her own graphics studio in Latina.



D Editore: una fabbrica di lettori

deditore.com
emmanuele.pilia@gmail.com

Startup romana che ha lanciato un innovativo modello editoriale che prevede la coproduzione con la comunità dei lettori.

A startup has launched a publishing model that envisages coproducing books together with a community of readers.

Produrre libri è fondamentale ma se vengono a mancare i lettori? Proprio da questa domanda è partito un gruppo di esperti in architettura, con il sogno di creare un modello editoriale innovativo e partecipativo. Ci sono riusciti.

Book production is fundamental, but what if the readers go missing? From this question started the work of a group of architecture experts, whose dream was to create an innovative and participative publishing model. And they just did it.

Nel 2012, a Roma, tramite campagne di crowdfunding, quei giovani architetti cominciano a tradurre alcuni apprezzabili testi di architettura introvabili in Italia. Da questa iniziale esperienza, sviluppatasi con successo, è nata "D Editore", un progetto culturale che aspira a portare in Italia riflessioni e idee ancora non prese in considerazione nel nostro Paese.

In Rome, in 2012, with the aid of crowdfunding, these young architects started to translate a few significant texts on architecture, unavailable in Italy. From this initial successful experience, "D Editore" was born. It is a cultural project that aims to bring to Italy reflections and ideas yet to be taken into consideration.

Il primo obiettivo di "D Editore" è stato quello di contrastare il calo di lettori registrato negli ultimi anni sul territorio nazionale. Per questo i fondatori hanno deciso di concentrare i loro principali sforzi non tanto sulla pubblicazione di libri quanto sulla creazione di una collettività di lettori aperti all'innovazione e alla cultura della condivisione. Attraverso crowdfunding e crowdsourcing, questa comunità di utenti può diventare co-produttore di vari progetti nelle loro diverse fasi, dalla proposta editoriale alla ricerca di settore fino alla distribuzione.

The first objective of "D Editore" was to oppose the fall in the number of readers over the last few years, in Italy. For this reason, the founders decided to focus their efforts, less on the publication of books, and more on the creation of a community of readers open to innovation and to the culture of sharing. Through crowdfunding and crowdsourcing, this community could become co-producer of various projects in different stages of development - from editorial proposals, to market research, right up to distribution.

"D Editore" predilige la "distribuzione dal basso" e si interessa personalmente di selezionare le possibili librerie a cui proporre i testi. Soltanto se e quando l'aumento delle richieste lo richiederà, si affiancheranno ad altri distributori e collaboratori.

"D Editore" prefers "distribution from the bottom up" and is interested in directly selecting bookshops to offer texts to. They will only work with other distributors and collaborators, if and when the increase in demand requires it.

"D Editore" ha all'attivo la realizzazione di cinque collane e l'organizzazione di eventi legati alla lettura sociale. La startup romana continua a credere nella possibilità di ampliare la sua fabbrica di lettori attraverso quello spirito di condivisione che li contraddistingue. Ora il loro nuovo sogno è esportare questo modello editoriale in altri contesti.

"D Editore" has to its credit the production of five series and the organisation of events linked to social reading. This startup from Rome continues to believe they can expand their "factory of readers" through its spirit of sharing that sets it apart. Now, their next dream is to export this publishing model to other contexts.

Simona Pandolfi

Emmanuele Jonathan Pilia
Massimiliano Ercolani



Le madri fondatrici dell'Europa

giuliadv@hotmail.it

Con i suoi disegni, Giulia Del Vecchio dà vita, anima e fa parlare le donne che hanno contribuito a creare l'Europa.

Ci sono persone che, incontrandole e ascoltandole, rilasciano un'impalpabile energia. Quando ciò accade si potrebbe rischiare di cadere nel tranello - abbaglio superficiale - di avere davanti un individuo dal facile entusiasmo. Se qualcosa d'incrollabile continua a persistere nei giorni a seguire, però, deve esistere necessariamente altro, un'energia interiore che rimane nel tempo e nella memoria. Giulia Del Vecchio è così.

Saranno gli studi classici, sarà il tempo investito sui libri di Filosofia. C'è un principio di vitalità e di impeto quando questa giovane donna dai capelli arancio lascia fluire la sua passione più vera tra la sapienza delle mani. Il disegno, coltivato da autodidatta, è un flusso inarrestabile che sgorga dagli antri più remoti di dentro per prendere forma nei volti digitali - ottenuti con tavoletta grafica - delle donne che l'Europa l'hanno fatta, benché la storia lo rammenti appena. Sophie Scholl (la Rosa bianca), Simone Veil, Louise Weiss, Ursula Hirschmann (Manifesto di Ventotene), Ada Rossi, Sofia Corradi sembrano animarsi, parlare e ricordare.

Il progetto a cui Giulia del Vecchio collabora è la mostra "Le madri fondatrici dell'Europa", ideato da Maria Pia di Nonno - presente nel Volume Lazio Creativo 2017.

Non v'è scollamento tra ciò che Giulia sente e le creazioni di cui è artefice. Non esiste aberrazione tra gli ideali di hirschmanniana memoria per la realizzazione di uno Stato internazionale e la sua partecipazione come membro attivo della Gioventù Federalista Europea. La storia la scrivono i vincitori, la storia è segnata dai forti ma essere donna è stato ed è piuttosto vitalità piena e ardente.

La forza femminile di un'Anima vibrante che nella capacità di scorgere i confini abbattuti tra le nazioni risolve il conflitto con l'Animus.

Maria Teresa Sammarco

Giulia Del Vecchio breathes life and soul into the women who contributed in the creation of Europe, and gives them a voice.

There are people who, when you meet and listen to them, release an undefinable energy. When this happens, it is all too easy to fall into the trap, making the superficial blunder of being faced with someone of easy enthusiasm. But then if something remains, unwavering, for a number of days, then, there must be something else, an inner energy that endures over time and memory. Giulia Del Vecchio is just like this.

Maybe it was her classical education, or the time spent reading books on philosophy. There's a vitality and enthusiasm when this young woman with orange hair lets her dearest passion flowing through her skilful hands. Her self-taught drawing is an unstoppable flux that rises up from deep down inside her to take the shape of digital faces - created with a graphics tablet - of the women that made Europe, although history hardly mentions them. Sophie Scholl (known as The White Rose), Simone Veil, Louise Weiss, Ursula Hirschmann (Ventotene Manifesto), Ada Rossi and Sofia Corradi seem to animate, talk and remember.

Giulia del Vecchio is working as part of the collaborative project for the exhibition, "Le madri fondatrici dell'Europa", conceived by Maria Pia di Nonno - featured in the 2017 edition of Lazio Creativo.

There is no disconnection between what Giulia feels and her drawings. There is no contradiction in the Hirschmann ideals for the realisation of an international State and its participation as a member of the federalist Youth of Europe. History is written by the winners, the strongest leave their mark on history, but being a woman was, and still is, full and fiery vitality.

The feminine strength of a vibrant Anima that resolve the conflict with Animus with its ability to foresee the boundaries between nations brought down.



Madeleine.jpg

mad-jpg.com
info@mad-jpg.com

Guardarsi indietro per andare avanti:
il ritorno alla carta a partire dal digitale,
il ricordo come il bene più prezioso.

Ne *La ricerca del tempo perduto*, Proust immerge una madeleine nel tè e il sapore lo riporta a una domenica mattina della sua infanzia. Così, la ricerca di Agnese e Roberta è volta a individuare un oggetto che sia capace di creare un contatto tra le persone e i loro ricordi.

Agnese ha studiato all'Istituto Superiore di Fotografia, dove Roberta lavora; si conoscono così, poi collaborano in uno studio collettivo al Pigneto. Durante la gravidanza Roberta, curiosando tra gli oggetti del bisnonno, trova una scatola colma di fotografie e gadget editoriali: soldatini di carta, cartoline sovrapposte che scoprono l'una la storia dell'altra. In questa ricerca lei e Agnese sono spesso insieme e si rendono conto di quanto sia difficile, oggi, conservare i ricordi. "Abbiamo infiniti video e foto ma non sono parte del ricordo. Proviamo piacere nel farli, non nel conservarli, e li perdiamo".

Decidono, così, di trovare una comunicazione tra due linguaggi diversi: il digitale, irrinunciabile contenitore moderno, e la carta, materiale ancora inimitabile per costi, capacità di rendita e - paradossalmente - per la durata nel tempo.

"Cercavamo un modo per bloccare i file che produciamo di continuo su oggetti di carta da conservare".

A tal fine "Madeleine.jpg" fa rivivere i giocattoli ottici di fine 800: il biglietto da visita è un piccolo "fenachistoscopio" (vi invito a scoprire cos'è!) mentre il prodotto più venduto è il "Flipbook", un blocchetto personalizzato delle dimensioni di uno smartphone che contiene fotogrammi tratti da un supporto digitale. Il progetto - che ha già avuto grande successo alla Maker Faire - vuole aiutarci con la ricerca del nostro tempo perduto, in un elogio della malinconia, permettendoci non solo di vedere i ricordi ma anche di toccarli e conservarli.

Anna Giurickovic Dato

Look back to move forwards:
the return to paper from digital,
memory as the most precious asset.

In Proust's *In search of lost time*, the writer dunks a Madeleine in tea, and its flavour takes him back to one Sunday morning in his childhood. Equally, Agnese and Roberta's research is turned towards identifying an object that can create a similar connection between people and their memories.

Agnese studied at the Istituto Superiore di Fotografia (Higher Institute of Photography), where Roberta works. This is how they met, and then worked together at a grouping in Pigneto. During her pregnancy, Roberta went through some of her great-grandfather's things and found a box bursting with photographs and printed odds and ends - card toy soldiers, superimposed postcards one disclosing the story of the other. During this research, she and Agnese are often together, and they realise how difficult it is nowadays to keep memories. "We have thousands of videos and photos, but they're not memory. We enjoy making them, keeping them and then we lose them".

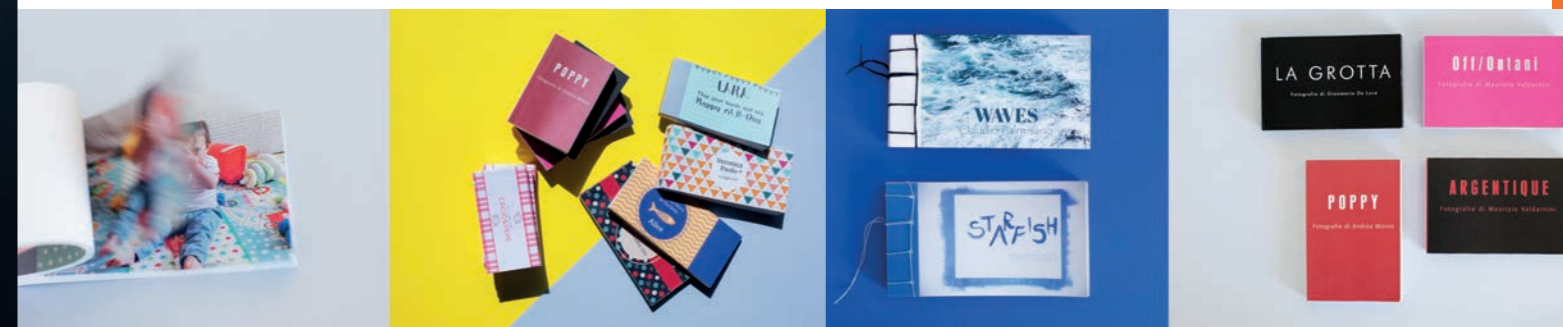
So they decided to find a way of communication between the two languages: digital, the undeniably modern storage solution, and paper, still unique in terms of cost, capacity, yield and - paradoxically - for its longevity.

"We were looking for a way to freeze the files that we produce all the time as paper objects that we can preserve".

To this end, "Madeleine.jpg" has revived optical toys from the end of the nineteenth century. The visiting card is a little "phenakistiscope" (you have to guess what it is!) while the best-selling product is the "Flipbook", a personalised notepad the same size as a smartphone with pictures from a digital backup. The project has already had great success at the Maker Faire innovation event and is intended to help us with the search of our lost time, in praise of melancholy, letting us not only see our memories but also to touch and preserve them.



Agnese Sbaffi
Roberta Sernicola



LAZIO

Nuove
tecnologie

LAZIO
CREATIVO

Qualsiasi innovazione è frutto dell'immaginazione e della creatività

All innovation is the fruit of one's imagination and creativity

La creatività è un concetto per molti versi sfuggente. La maggior parte di noi lo associa alle arti: creativi sono i pittori, i musicisti, gli scrittori. Anche gli architetti. Ma quanti collegano la creatività a ingegneri, medici, dirigenti di azienda, specialisti di marketing, processi produttivi o di assistenza ai clienti? Quando pensiamo a queste professioni, probabilmente smettiamo di usare la parola creatività e la sostituiamo con un termine che ci sembra più concreto e pragmatico: innovazione.

Dimentichiamo, quindi, che il punto di partenza di qualsiasi innovazione è un atto di immaginazione, che connettendo esperienze, conoscenze, aspirazioni, passioni, ci permette di "vedere" un'opportunità, di disegnare nella mente una soluzione, di inventare una tecnologia o un prodotto. E via di seguito.

Non esiste sviluppo economico senza creatività. Di conseguenza, qualsiasi intervento pubblico che voglia incentivare la capacità di un territorio di produrre ricchezza, deve partire da politiche che si occupino di stimolare la creatività. In tutti i settori, dall'agricoltura fino alle tecnologie aerospaziali. Perché viviamo in un mondo in continua accelerazione, in cui possiamo trovare un posto solo se siamo in grado di creare, sviluppare e produrre nuove soluzioni.

Creativity is in many ways an elusive concept. Most of us associates it with the arts: painters, musicians, writers are creative. Architects too. But how many associate creativity with engineers, doctors, business managers, experts in the areas of marketing, production processes and customer assistance? When we think of these professions, we probably refrain from using the term creativity and replace it with a term that seems more concrete and pragmatic to us: innovation.

By doing so, we forget that the starting point for any sort of innovation is an act of imagination, that by connecting experience, knowledge, aspirations, passions, make us able to "see" an opportunity, to come up with a solution in our mind, to invent a technology or a product. After this comes everything else.

No economic development is possible without a touch of creativity. Accordingly, any public action seeking to incentivise a region's ability to generate wealth must be based on policies that attempt to stimulate creativity, in all sectors, from agriculture to aerospace technologies. We are living in a world that is keeping its foot on the accelerator, and we can only take our seat on this journey if we are able to create, develop and produce new solutions.

Nicola Mattina

Polimata, imprenditore, docente. Appassionato di tecnologia e innovazione, negli ultimi venti anni ha lavorato principalmente come consulente aiutando organizzazioni complesse a capire e gestire la trasformazione digitale. Ha partecipato allo sviluppo di numerose iniziative di sostegno alle startup innovative ed è mentor di diversi programmi di accelerazione in Italia e all'estero. Nel 2013, ha co-fondato e investito in Stamplay, con l'obiettivo di rendere l'attività di system integration meno costosa, lenta e inefficiente.

Dal 2015, insegna Digital Product Design alla facoltà di Economia e Management dell'Università Roma Tre ed è autore di numerosi articoli sui temi dell'innovazione. Ha la fortuna di condividere la sua vita con Patrizia e con due fantastiche figlie, Beatrice e Ludovica.

Entrepreneur, lecturer, we might even say "Renaissance Man". Passionate about technology and innovation, over the past twenty years he has worked primarily as a consultant, helping complex organisations to understand and manage the digital transformation. He has helped with the development of many initiatives, providing support to innovative startups, and is a mentor for a number of business acceleration programmes in Italy and abroad. In 2013 he co-founded and invested in Stamplay with the aim of making system integration activity less costly, slow and inefficient.

Since 2015 he has been teaching digital product design at the faculty of Economics and Management at Roma Tre University. He has written many papers on innovation-related subjects. He shares his life with Patrizia and two marvellous daughters, Beatrice and Ludovica.

“+ME” Transitional Wearable Companion

beste-ozcan.com
bestesi@gmail.com

Design e robotica al servizio dei bambini affetti da DSA: un approccio innovativo sperimentale in campo terapeutico.

Beste Ozcan si presenta con un curriculum notevole: Dottore di ricerca in Design e Innovazione presso la Seconda Università degli studi di Napoli e collaborazioni con prestigiosi atenei europei su studi e attività relative agli Smart Wearables.

Originaria della Turchia, al suo arrivo in Italia ha studiato con dedizione per trasformare la propria passione per il design e la robotica in una fonte di reddito. Il sogno di Beste si traduce nel concetto di Transitional Wearable Companions (TWCs) che trova la sua realizzazione nel “+ME”, un robot *sociale* sperimentale dall’aspetto morbido e tenero. La sua funzione? Indossato intorno al collo, dovrebbe facilitare e promuovere lo sviluppo delle abilità sociali e comunicative nei bambini affetti da Disturbi dello Spettro Autistico (DSA).

Il progetto, condotto dall’Istituto di Scienze e Tecnologie della Cognizione di Roma e attualmente in fase di sperimentazione presso strutture dedicate a bambini affetti da DSA, ben rappresenta la sinergia tra design e innovazione che guida il lavoro di ricerca di Beste nonché la sua ferma convinzione in un futuro in cui un design innovativo renderà possibile la commistione uomo-tecnologia. La ricercatrice è particolarmente interessata ad ambiti quali la Child-Robot Interaction e i Wearable Devices, per aiutare i bambini con difficoltà comunicative a integrarsi.

“La passione e l’interesse di tutte le persone che credono nelle potenzialità di questa idea, in particolare i ricercatori dell’ISTC-CNR e i medici e terapisti dell’Istituto di Riabilitazione INI Villa Dante, ci hanno finora permesso di ottenere un prototipo funzionante. Per continuare a sviluppare il progetto, affinandone la tecnologia in rapporto alla sua funzione, abbiamo però bisogno di fondi dedicati”.

Jason Ray Forbus

Design and robotics for children suffering from ASD: an innovative and experimental approach to therapy.

Beste Ozcan comes with an impressive CV: a PhD in Design and Innovation at the Second University of Naples, and collaboration with prestigious European universities on studies and activities relating to Smart Wearables.

A native of Turkey, she came to Italy and studied hard to turn her passion for design and robotics into a source of income. Beste’s dream has become reality with the concept of Transitional Wearable Companions (TWCs), in particular the “+ME”, an experimental *social* robot that has a soft and appealing look. What is it used for? Worn around the user’s neck, it is designed to facilitate and promote the development of social and communication skills of children suffering from Autistic Spectrum Disorders (ASD).

The project is headed by the Istituto di Scienze e Tecnologie della Cognizione (Institute of Cognitive Sciences and Technologies) of Rome, and is now in a trial phase in centres hosting children suffering from ASD. It is a good depiction of the synergies between design and innovation underpinning Beste’s research work and her vision of a future in which innovative design will facilitate interactions between man and technology. The researcher has a particular interest in areas such as Child-Robot Interaction and Wearable Devices, in order to help children with communication difficulties to integrate in society.

“The passion and interest of everyone that believes in the potential of this idea, in particular researchers at the ISTC-CNR and doctors and therapists at the INI Villa Dante Rehabilitation Institute, have allowed us to produce a working prototype. In order to continue developing the project, and to fine-tune the technology and its functionality, we do however need extra funding”.



PMP Interactive

m.facebook.com/UltrasWoD
interactivemp@gmail.com

Il team di Marco Menniti lancia un videogioco di strategia che prende le mosse dalle dinamiche delle tifoserie.

C'è da immaginarli, i tre futuri ideatori e programmatori del videogioco "Ultras War of Districts". Li vedo nelle loro camerette di adolescenti, attorniate da scarpe, bandiere, magliette e poster delle squadre di calcio per cui fanno accanitamente il tifo, mentre smanettano sui joypad per controllare le versioni virtuali dei loro beniamini, sempre più realistici, sui verdi campi in erba che vediamo in televisioni e pc. Destino comune delle ultime generazioni.

E proprio coniugando la passione videoludica con quella per il calcio, declinata però dal punto di vista dell'ultra, alla soglia dei trent'anni e riuniti nella startup PMP Interactive, i tre danno vita, dopo quattro anni di lavorazione, a questo videogioco, in uscita imminente su Android e IOS, disponibile in 109 stati e in 13 lingue.

È un gioco di strategia - genere in forte crescita negli ultimi anni, grazie agli smartphone e alla possibilità della stilizzazione grafica - che riprende le dinamiche del tifo organizzato, facendo leva sul senso di appartenenza calcistica che contraddistingue un'enorme fetta della popolazione mondiale. Così, scelta la tifoseria, il videogiocatore si ritrova a capo di un quartiere che, espandibile attraverso la classica costruzione di edifici funzionali, intraprenderà presto una lotta per il dominio con i quartieri limitrofi, gestiti da utenti di tutto il mondo.

Eppure, nonostante la grafica rimandi alla violenza iconica anarcoide e punk di *Street Fighter* o *I guerrieri della notte*, a prevalere sulla violenza è la componente goliardica, e spesso le faide tra quartieri si risolvono nell'imbrattamento dei muri o nella sottrazione dei vessilli avversari.

"Tieni in alto i tuoi colori", si canta in molti stadi. Adesso anche virtualmente.

Simone Ungaro

Marco Menniti's team launches a strategy video game based on football supporters' characters and behaviours.

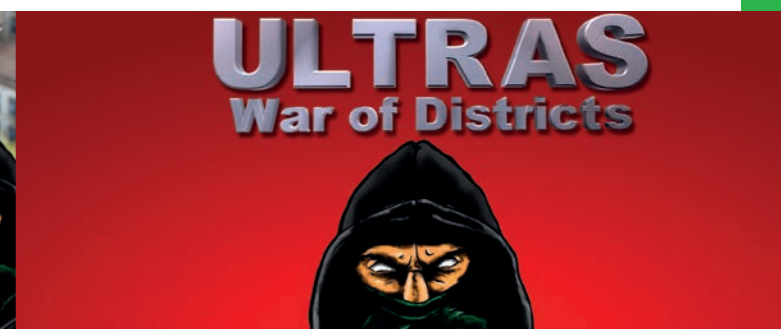
You can easily imagine the three future creators and programmers of the "Ultras War of Districts" videogame. I can see them in their youngsters' rooms surrounded by scarves, flags, tee-shirts and posters of the football teams they are fans and tinkering with joypads to control more and more lifelike virtual versions of the idols they see on the green fields on tv and pc screens. A common destiny for the latest generations.

Exactly combining their passions for video games and football, viewing the sport as hooligans do, the three unite in the startup PMP Interactive, at the threshold of their thirties. After four years of work, they create their video game, coming soon for Android and IOS in 109 nations and 13 languages.

It is a strategy video game - a category growing fast in the last years thanks to smartphones and graphic stylization - that depicts supporters' dynamics, appealing to the sense of belonging to football teams that marks a great part of the world's population. The player selects a supporter group and so became the boss of a neighbourhood that can be expanded by erecting functional buildings and that will start a struggle for dominance with the bordering areas managed by users from all over the world.

The graphics recalls the punk, iconic and anarchist violence of *Street Fighter* and *The Warriors* but irony won over violence and often feuds between neighbourhoods end in staining walls or stealing banners.

"Hold your colours high" is sung in many stadiums. Now even in virtual reality.



Fri3nd Lab + Fri3nd Party

fri3nd.org
fri3nd.lab@gmail.com

Innovazione e creatività: Stefano lancia un'Associazione che promuove incontri per stimolare il "pensiero creativo".

Si è laureato in Economia e Commercio ma fin da bambino ha sviluppato una forte passione per i congegni elettronici. Non si limitava certo a guardarli da fuori. Ha iniziato smontando e studiando radio, giranastri e piccoli elettrodomestici, cercando di capirne il funzionamento e di aggiustarli nel caso fossero rotti.

Più tardi, il suo amore per i computer, i videogiochi e per la manualità, lo avvicina al mondo della progettazione 3D e del taglio laser. La passione per l'elettronica lo porta a fondare Fri3nd, un'associazione culturale dedicata alla promozione e alla diffusione della creatività, che parte dalla modellazione e stampa in 3D, passando per la scoperta dei droni e della realtà virtuale. Il progetto ha iniziato da subito a raccogliere un tipo di pubblico molto attento ed esigente: i bambini.

Da questa prima entusiasmante esperienza sono nati i "Fri3nd Lab", laboratori creativi dedicati ai più piccoli, dove questi imparano, divertendosi, l'uso creativo delle nuove tecnologie e - grazie anche al lavoro manuale - ricevono i primi stimoli per appassionarsi a questo mondo.

Ma la curiosità e la voglia di esplorare nuovi contesti non hanno età. Ed è per questo che il progetto di Stefano si rivolge anche agli adulti. Attraverso l'organizzazione dei suoi incontri creativi, Grimaldi costruisce una grande rete di appassionati.

Si tratta di incontri informali in location inconsuete - parchi, caffè letterari, musei e palazzi storici - dove, nell'atmosfera stimolante di un party creativo, appassionati e curiosi si incontrano e mettono in circolo idee, progetti e nuovi spunti.

Un lavoro di contaminazione e condivisione che nasce da un'idea di base ben precisa: il concetto di innovazione non parte solo da un prodotto tecnologicamente avanzato ma soprattutto dal pensiero creativo dell'essere umano.

Valentina D'Urbano

Innovation and creativity: Stefano launches an Association to promote meetings and stimulate "creative thought".

He graduated in Economics and Commerce, but ever since he was a child he has had a veritable passion for electronic devices. He wasn't content just to look at them from the outside. He began by dismantling and studying the insides of radios, tape recorders and household appliances, trying to understand how they work and repairing them if they were faulty.

Later on, his love for computers, videogames and manual skills brought him into contact with the world of 3D design and laser cutting. His passion for electronics led him to found Fri3nd, a cultural association dedicated to promoting and disseminating creativity, starting with 3D modelling and printing and moving on to the discovery of drones and virtual reality. The project immediately attracted a very alert and demanding public: children.

This initial and exciting experience led to the creation of "Fri3nd Labs", creative laboratories aimed at children, who can have fun, learn about the creative use of new technologies and - thanks to manual work - receive the first stimuli to get excited by this world.

But there is no age limit to inquisitiveness and the desire to explore new worlds. So Stefano's project is also aimed at adults. By organising creative meetings, Grimaldi is building a network of enthusiasts.

These are informal meetings in unusual locations - parks, literary cafés, museums, historical buildings - where, in the stimulating atmosphere of a creative party, enthusiasts and curious can meet and expound new ideas and projects.

A work of sharing and "contamination" that comes from a basic idea: the concept of innovation does not originate from a technologically advanced product, but mainly from the creative thought of human beings.



Stefano Grimaldi



Rops, il giardino ideale

ropsarchitetturaepaesaggio.com
mirops@yahoo.com.br

Garden designer brasiliana che vive a Cassino. Il suo progetto unisce natura e architettura per costruire spazi verdi.

Sarà perché è cresciuta nella campagna brasiliana, circondata da un verde che è sempreverde in qualsiasi stagione, Michele Ropelato a un certo punto della sua vita ha messo in piedi un suo Studio di progettazione architettonica di interni e giardini, sito irrinunciabile per chi voglia immaginare e far realizzare il proprio giardino ideale. Michele, che oggi ha 34 anni e vive a Cassino, ha studiato architettura nella sua terra natale, per poi venire in Italia e continuare a formarsi frequentando l'Accademia di Belle Arti di Roma.

Per lavorare con la sua grande passione, nel 2014 apre "Rops", che è letteralmente un "configuratore emozionale" di giardini online. Sul suo sito, l'utente può selezionare le caratteristiche che più si adattano alla sua idea di oasi naturale, pescandole da una banca dati piena di possibilità; successivamente si affida a Michele la progettazione e realizzazione dello spazio.

Che vogliate un posto in cui godervi il relax oppure un orto, Michele Ropelato vi aiuterà a pensare e rendere l'atmosfera che sognate. Per farlo, la garden designer si avvale della collaborazione e dell'esperienza di diversi professionisti in tutta Italia, riuscendo così a seguire al meglio e da vicino tutte le fasi progettuali.

Con dedizione e fantasia, Michele mette insieme natura e architettura, crea spazi verdi naturali e piacevoli, rispondendo alle reali esigenze delle persone, trasformando in giardino anche spazi minimi che non immaginereste mai di poter convertire in aree verdi. È per questo che tutti dovremmo avere un giardino, perché ci restituisce il senso della stagionalità.

"Il giardino è vivo, cresce e cambia con i ritmi dell'anno - mi dice - perché in Italia c'è la bellezza delle stagioni che cambiano il paesaggio", e poi esplode in una bellissima risata.

Martina Germani Riccardi

A Brazilian garden designer living in Cassino. A project uniting nature and architecture in order to build green spaces.

Perhaps because she grew up in the Brazilian countryside, surrounded by greenery that stays green all year round, at a certain point Michele Ropelato opened her own architectural design firm, focusing on interior design and gardens, a perfect site for anyone wanting to design and create their own ideal garden. Michele is now 34 years old, and lives in Cassino. She studied architecture in Brazil before coming to Italy and continuing to study, attending the Accademia di Belle Arti (Academy of Fine Arts) in Rome.

In order to work with her great passion, in 2014 she created "Rops", which is literally an online "emotional configurator" of gardens. On her site the user can choose the characteristics that most closely match his or her idea of a natural oasis, retrieving them from a database full of possibilities. Then he or she relies on Michele for the design and creation of the garden space.

Should you want a place to relax or a vegetable garden, Michele Ropelato will help you to imagine and create the atmosphere you are dreaming of. To do so, the garden designer collaborates with experienced professionals from all over Italy, so following closely and as best all stages of every project.

Michele is thus putting nature and architecture together with dedication and imagination, creating natural and pleasant green spaces, meeting people's real needs, and transforming even tiny spaces that you would never dream could be turned into gardens. We should all have a garden, so that we can appreciate the change of seasons.

"The garden is alive, it grows and changes with the rhythms of the year", she says, "because in Italy there is the beauty of the four seasons, which change the surrounding landscape", and then she bursts out laughing.



Michele Ropelato



Barsa Design

barsadesign.it
barsadesign3d.com

Un brand di gioielli, realizzati con la stampa 3D, che si ispira agli elementi architettonici e alle forme della natura.

Sara Barroccu è un'artigiana digitale. O meglio, una gioielliera hi-tech. Il suo brand "Barsa Design" realizza monili utilizzando la tecnologia di stampa 3D.

"Ho lavorato per anni come architetto d'interni, ma poi ho scelto di dedicarmi ad altro", spiega la 33enne che nel 2013 è stata la prima al mondo ad acquistare una stampante 3D di un marchio italiano. "Decisi di comprarla perché fin da piccola avevo una passione per gli accessori ed era lo strumento perfetto per realizzare orecchini, collane e anelli disegnati da me. Mi sono messa alla prova ed è andata bene".

Per le sue creazioni, Sara prende spunto dall'architettura, in particolare quella capitolina: "Vivo a Roma da 15 anni e rimango sempre incantata dalle sue cupole e dai suoi palazzi bugnati". Oltre alle forme geometriche, spiccano quelle organiche.

"Sono nata a Olbia e cresciuta a contatto con la terra e gli animali. Quello che faccio ricorda anche la natura selvaggia della Sardegna". Una volta disegnato il modello, il prodotto grezzo che esce dalla stampante deve essere lavorato e "levigato con cinque tipi di carta vetrata, da quella più grossa a quella finissima con cui si rifinisce la vetroresina delle barche". Per apprendere la manualità, la ragazza osserva vari professionisti all'opera: "Ho imparato la carteggiatura studiando alcuni operai che rifacevano la facciata di una casa".

"Per la verniciatura, invece, ho osservato un carrozziere. I polimeri che uso, infatti, non sono disponibili in molti colori".

Proprio la "formazione di strada" ha aiutato a crescere il brand di Sara, che lavora su commissione ed è molto apprezzata nelle gallerie d'arte, "forse perché frequentate da persone con una certa sensibilità artistica, che capiscono cioè quanto lavoro manuale e creativo c'è dietro i miei gioielli. La stampante 3D è solo uno strumento".

Serena Berardi

A brand of jewellery, made with 3D printing, inspired by architecture and by the forms of nature.

Sara Barroccu is a digital craftswoman. Or rather, a hi-tech jeweller. Her brand "Barsa Design" creates jewels using 3D printing technology.

"I worked for years as an interior design architect, then I decided to do something different", she explains. In 2013 she was the first person to purchase a 3D printer made by an Italian manufacturer. "I decided to buy it because, ever since I was a child, I have had a passion for fashion accessories, and it was the perfect tool for making earrings, necklaces and rings designed by me. I tried it out, and tested myself. Everything went well".

For her creations, Sara draws inspiration from architecture, particularly that in Rome: "I have lived in Rome for 15 years, and I am always captivated by its domes and rusticated buildings". There are both geometric and organic forms in her creations.

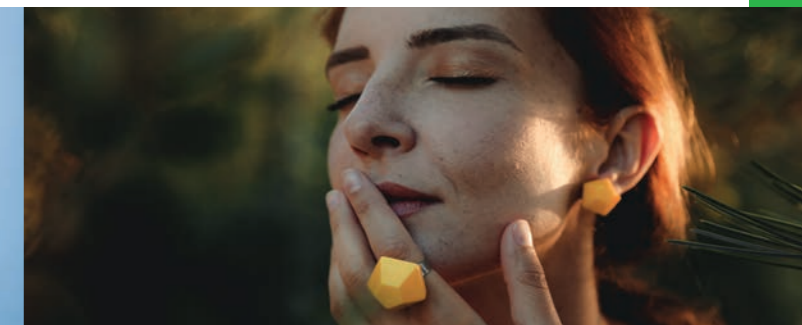
"I was born in Olbia, and grew up in contact with the land and with animals. What I make also brings to mind the wild nature of Sardinia". Once the model is designed, the raw product that comes out of the printer has to be worked and "sanded with five types of sandpaper, starting with a coarse paper and ending with a very fine paper, like that used to finish the fibreglass surface of boats". To learn the manual skills, she has observed professionals at work: "I learnt sanding by studying workmen who were replastering the outside walls of a house".

"As far as painting is concerned, I watched a body shop repairer. The polymers I use, in fact, do not have many colours".

It is this "street training" that has helped Sara's brand to grow. She works on a commission basis, and is much esteemed in art galleries, "perhaps because they are frequented by people having a certain artistic sensibility, who understand how much manual and creative work there is behind my jewels. The 3D printer is merely a tool that I use".



Sara Barroccu



ComunicaCity - Yes I Code

comunicacity.it
info@comunicacity.it

Team di Cassino crea un'app che mette in comunicazione cittadini ed enti pubblici, creando innovazione ed efficienza.

Cercando informazioni su un eventuale banditore di Cassino, scopro che l'ultima volta che ha dato voce è stato il 22 febbraio 2017, per annunciare gli inizi dei festeggiamenti per San Benedetto. Scopro così anche altre due cose: che internet è una benedizione e che, probabilmente, il ragazzo con cui ho parlato al telefono si chiama così in onore del santo patrono della città in cui vive.

Ho fatto questa semplice ricerca proprio perché mi sono chiesta come facessero le amministrazioni comunali a diffondere informazioni prima che la cooperativa "Yes I Code", di cui Benedetto Pacitto è parte attiva, riempisse un gap comunicativo e un buco di mercato. Non esisteva un sistema di comunicazione immediato per mettersi in relazione con le amministrazioni locali, mentre adesso gli smartphone, da cui passa la nostra conversazione, ne rappresentano lo strumento perfetto.

Nasce così "ComunicaCity", un'applicazione per dispositivi mobili tramite la quale gli enti possono inviare a cittadini e turisti comunicazioni, immagini, video e testi in tempo reale.

L'applicazione viene attualmente utilizzata da circa cento comuni. Il rapporto con il territorio è forte ma non è l'unica zona in cui gli enti pubblici sfruttano i vantaggi del progetto.

Durante il sisma del 2016, che ha ferito pesantemente il Centro Italia, la app è diventata un ponte comunicativo per molti comuni colpiti. Ogni giorno il sindaco di Amatrice inviava un messaggio vocale ai cittadini tramite "ComunicaCity", raccontando cos'aveva fatto durante la giornata. Il terremoto ha devastato un territorio e creato un vuoto in cui le istituzioni hanno rischiato di sprofondare. Il progetto della cooperativa ha creato nuove connessioni tra la cittadinanza e le amministrazioni, un luogo di contatto che rinnova un legame naturale, offrendo finalmente risposte innovative ed efficaci.

Elisa Cappai

A Cassino team produces an app connecting citizens and public bodies, creating innovation and efficiency.

Looking for information on a possible promoter of public calls in Cassino, I discover that the last time it gave any news was 22 February 2017, to announce the start of the San Benedetto festival. So I discover two other things: that Internet is a real blessing and that, probably, the young man I spoke to on the telephone was given his name as a tribute to the patron saint of the city he lives in.

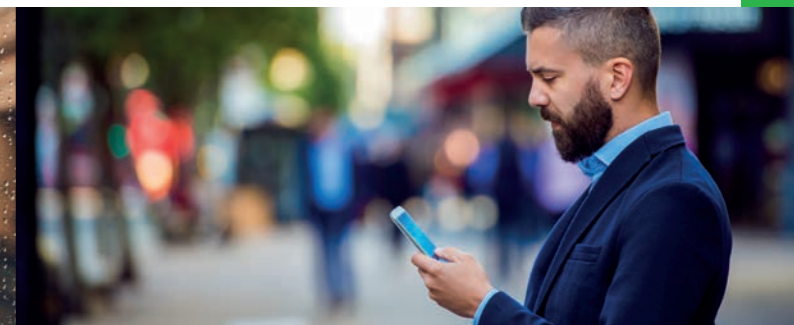
I did this simple search as I wondered how municipal administrations used to give out information before the cooperative "Yes I Code", of which Benedetto Pacitto is a part, filled a communication and market gap. There was indeed no immediate communication system for getting in touch with local administrations, while now smartphones, with which our conversation took place, are a perfect instrument for such communication.

The result is "ComunicaCity", an app for mobile devices by means of which administrations can send to citizens and tourists announcements, images, videos and texts in real time.

This app is currently used by around one hundred municipalities. There is a close relationship with the local territory, but this is not the only area where public bodies are taking advantage of the project.

During the 2016 earthquake, affecting Central Italy, the app turned into a vital communication channel for many of the affected municipalities. Every day the mayor of Amatrice sent a voice message to citizens by means of "ComunicaCity", talking about what he had done during the day. The earthquake destroyed a territory and created a void, which the institutions were in danger of sinking into. The cooperative's project created new links between citizens and administrations, a means of contact that renews a natural bond, finally offering innovative and effective responses to real needs.

Domenico Maselli
Giuseppe Marra
Benedetto Pacitto



Borgo Rescue

aiv01.it
petru.stefano@hotmail.it

Un'app sul modello di Pokémon Go che consente di camminare in mezzo a quattro borghi del Lazio per farli tornare in vita.

Scoprire i borghi del Lazio come si cacciano i personaggi in Pokémon Go. Gli studenti dell'Accademia Italiana Videogioco - che dal 2004 forma i professionisti del settore - hanno messo la creatività al servizio della conoscenza. Un gioco di realtà immersiva diventa così l'occasione per uscire di casa e andare fisicamente nei diversi luoghi da scoprire. E, perché no, smartphone alla mano, incontrare il patrimonio storico-artistico del Lazio.

Tutto è iniziato nell'ambito di un hackathon promosso dalla Regione Lazio, tramite Lazio Innova, per l'evento "Let's Play" (15-19 marzo 2017).

Una sfida di otto ore giocata sui temi della cultura che è stata vinta proprio da questo gruppo di otto ragazzi, tutti Under 21, composto da sei grafici e due programmatori provenienti dal Centro e dal Sud Italia. La squadra ha creato un personaggio che invita i ragazzi degli ultimi due anni delle scuole superiori a viaggiare alla scoperta di Isola di Santo Stefano, Civita di Bagnoreggio, Castro e Ariccia. Il giocatore è costretto a camminare fin davanti all'obiettivo per sbloccare il gioco: il protagonista è un ragazzo armato di macchina fotografica. Una volta risolto l'enigma, o superata una sfida di abilità, l'edificio o la scultura o il luogo di interesse che costituisce la tappa si riparerà magicamente.

Un'azione che vuole porre in evidenza l'importanza del risanamento di questi luoghi e la cura necessaria a valorizzarli: è la conoscenza che può dare nuova linfa vitale a un borgo.

L'app mobile è stata pensata dai ragazzi a scopo turistico, per accompagnare le famiglie alla scoperta di questi quattro borghi. Ma anche come uno strumento da proporre alle scuole e da affidare ai professori che portano in gita le classi: un'idea che sfrutta in modo intelligente e culturale lo stretto legame tra le nuove generazioni e lo smartphone.

Caterina Grignani

An app along the lines of Pokémon Go, allowing users to take a stroll in four Lazio villages and bring them back to life.

Discovering villages in the Lazio region just like hunting down Pokémon Go creatures. Students of the Accademia Italiana Videogioco (Italian Videogames Academy) - which has been training professionals in the sector since 2004 - have used their creativity to raise the level of local knowledge. A virtual reality game has become an opportunity to go out and physically reach the various places to discover. Going around holding a smartphone, discovering the historical and artistic treasures of the Lazio region.

It all began with a "hackathon" promoted by the Lazio Region, through Lazio Innova, for the "Let's Play" event (15-19 March 2017).

An eight-hour challenge focusing on cultural themes, won by a group of eight young creatives, all under the age of 21, made up of six graphic designers and two programmers from central and southern Italy. The team created a character that invites youngsters attending the final two years of secondary school to go out and discover the villages of Isola di Santo Stefano, Civita di Bagnoreggio, Castro and Ariccia. The player is obliged to walk right up to the "target" in order to unblock the game: the protagonist is a youngster armed with a camera. Once a puzzle has been solved, or a skill challenge has been passed, the building or sculpture or place of interest to which the test refers will repair itself as if by magic.

This action seeks to highlight the importance of the restoration of these places and the care needed to enhance them, with knowledge the key to giving new life to a village.

The mobile app has been devised for tourists, for example families going out for the day to discover these four villages. It is also a tool that can be used by schools and teachers taking classes on day trips: an idea that exploits in an intelligent and cultural way the close relationship between younger generations and smartphones.



Antonio Mastrangelo
Arturo Arturi
Francesco Sagone
Christian Candela



Promo Counter

promocounter.com
ivan.dettorre@innovandia.it

Un dinamico dispositivo di comunicazione ideato a Roma da Innovandia per incrementare le attività promozionali dei negozi.

La promozione tramite i social network è diventata fondamentale per tutte quelle attività professionali e commerciali che vogliono incrementare e ingaggiare la clientela, fidelizzandola. Innovandia, startup fondata a Roma nel 2016, ha progettato un originale canale di comunicazione, "Promo Counter", un oggetto di design in ceramica dinamico, interattivo e certificato CE, sempre connesso alla rete, che nasce dall'originale idea di una "rana spaziale" di nome MIKA.

Il display, composto da due righe LED che scorrono, rappresenta la bocca aperta di MIKA mentre comunica le nuove promozioni, con l'obiettivo di incentivare le vendite, trasformando i clienti in fan: la prima riga è dedicata all'interazione social (Facebook, Twitter, Instagram, Contapersone, visite al negozio), mentre la seconda è destinata ai ringraziamenti per l'interazione e a un palinsesto informativo e promozionale (sconti, offerte, novità), condizioni meteo e altri widget.

Per la ricezione dei dati da mostrare sul display, "Promo Counter" necessita soltanto di essere connesso a Internet, mentre l'interazione con le app e i clienti avviene mediante sensoristica Bluetooth (iBeacon) e QR Code.

Innovandia sta progettando la realizzazione di una versione di "Promo Counter" in plexiglass e in diversi colori. Inoltre, utilizzando l'immagine fantastica di MIKA, la startup non esclude di destinare questo oggetto anche a bambini e ragazzi e di venderlo ai clienti in bundle con un libro illustrato.

L'avvio della storia, come racconta Ivan D'Ettore, potrebbe essere questo: "Questa avventura ebbe inizio su un pianeta a tutti noi ancora oggi sconosciuto, lontano anni luce. [...] E proprio lì viveva, trascorrendo le sue noiose giornate appollaiata su una foglia di ninfea, una piccola rana spaziale".

Simona Pandolfi

A dynamic communication device devised in Rome by Innovandia to boost promotional activities in stores.

Promotion by means of social networks has become vital for all professional and commercial activities that seek to increase the number of customers and engage them, creating customer loyalty. Innovandia, a startup founded in Rome in 2016, has designed an original communication device called "Promo Counter", a ceramic design object that is dynamic, interactive and CE marked, always connected to the Internet. An object that derives from the original idea of a "space frog" called MIKA.

The display, made up of two scrolling LED lines, represents MIKA's open mouth as he communicates new promotions, with the aim of incentivising sales, and turning customers into fans: the first line is dedicated to social interactions (Facebook, Twitter, Instagram, people counters, visits to the store), while the second line is set aside for "thanks" for interactions and for information on promotions (discounts, special offers, news), weather conditions and other widgets.

To receive the data to be displayed, "Promo Counter" only needs to be connected to the Internet, while interaction with Apps and customers happens via a Bluetooth sensor (iBeacon) and QR Code.

Innovandia is planning a "Promo Counter" version made from plexiglass and in different colours. And using the fantastic image of MIKA, the startup is considering using this object to target children and youngsters, and to sell it to customers in a bundle, with an illustrated book.

As Ivan D'Ettore tells us, the story might start as follows: "This adventure began on a planet that we still know nothing about, light years away from us. [...] It was there that a small space frog lived, spending his tedious days perched on a water lily leaf".



Ivan D'Ettore
Stefano Di Lecce
Alessandro De Florentiis



Daymare: 1998

invaderstudiosofficial.com/site
info@invaderstudiosofficial.com

Una piccola software house indie sta diventando grande. La storia dei ragazzi di Valmontone che fecero tremare la Capcom.

Un gruppo di professionisti uniti sotto il marchio Invader Studios - software house indie, l'amore per il genere survival horror, la passione per Resident Evil. Un'idea, una sfida: lavorare su un fan-remake non ufficiale di Resident Evil 2 con l'engine Unity.

L'Alpha giocabile è un successo planetario e porta il team a usare il motore grafico più completo *Unreal Engine* per sviluppare un gameplay trailer che, caricato su YouTube, fa strike. Smuove le acque dei players ma soprattutto del mare di Osaka, sede di Capcom, software house madre proprio di Resident Evil.

Un meeting tra Ovest e Est: per i ragazzi di Valmontone, al lavoro sul progetto, arriva il segnale di stop. Da quel momento gli Invaders approdano a "Daymare: 1998", l'IP propria che ha ottenuto il benestare di Microsoft per Xbox e Windows 10, di Sony per PlayStation 4 e che rimbalza sui canali Social di Capcom molto prima dell'uscita prevista. Moderna con una camera *over-the-shoulder* e nostalgica poiché piena degli stilemi intramontabili del genere survival horror: forza narrativa, enigmi, atmosfera immersiva costellata da continui rimandi alla cultura pop anni 90.

L'esperienza di gioco fortemente *story-driven* mette il giocatore al centro di una trama realistica e inquietante: "Una spiacevole esperienza simile a un incubo che si vive ad occhi aperti, quando la mente è sveglia ma il corpo non risponde agli stimoli che partono dal cervello".

Hanno risposto presente, invece, i membri di Invader Studios, talenti indiscutibili e quel pizzico d'incoscienza che ti consente di ottenere risultati impensabili.

L'aver tentato la strada del remake indie li ha condotti al cospetto dei grandi, hanno "ceduto" ma anche ottenuto un forte appoggio dal Giappone. Quello che solo un padre permeato da una fiducia illimitata è capace di concedere al figlio.

Maria Teresa Sammarco

A small indie software house is growing fast. The history of the youngsters from Valmontone who made Capcom tremble.

A group of professionals united under the name Invader Studios - indie software house, a love for the survival horror genre, and a passion for Resident Evil. An idea, a challenge: working on an unofficial fan-remake of Resident Evil 2, with the *Unity engine*.

The playable Alpha version has been a planetary success, and has led the team to use the more complete *Unreal Engine* to develop a trailer gameplay which, uploaded to YouTube, has been a hit. This game has made a splash among players, and even more so in Osaka, the headquarters of Capcom, the software house that made the original Resident Evil.

A meeting between East and West: the youngsters from Valmontone working on the project were ordered to stop. From that moment the Invaders have concentrated on "Daymare: 1998", the proprietary IP that has been approved by Microsoft for Xbox and Windows 10, and by Sony for PlayStation 4. It has been talked about in Capcom's social channels a long time before the expected release. Modern, with an *over-the-shoulder* camera, and nostalgic, being full of the stylistic elements that never go out of fashion in the survival horror genre: a strong narrative, puzzles, an "immersive" atmosphere with continuous references to the pop culture of the 1990s.

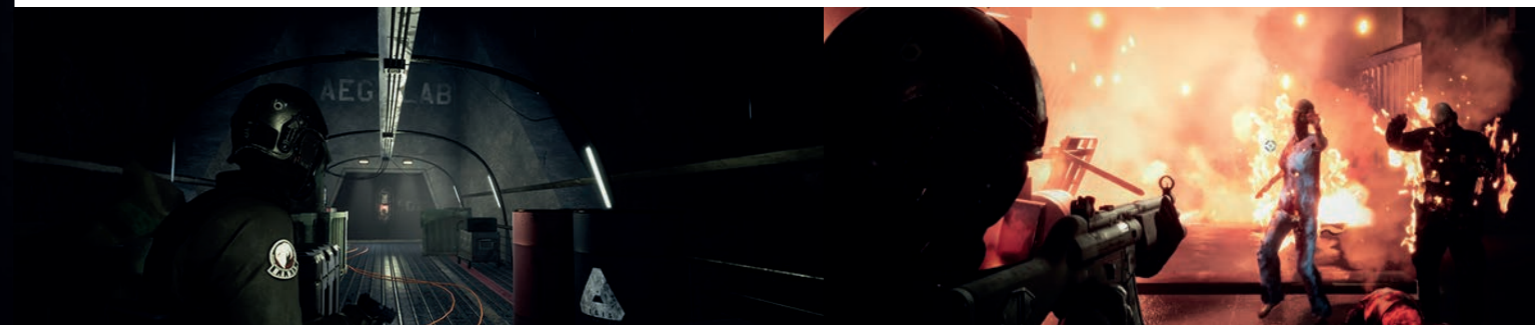
This very *story-driven* game experience puts the player at the centre of a realistic and disturbing storyline: "An unpleasant experience similar to a nightmare with eyes wide open, when the mind is awake but the body fails to respond to the stimuli leaving the brain".

The young members of Invader Studios have really come to the party: unquestionable talents, with that touch of spontaneity that allows you to achieve unheard-of results.

They tried to do an indie remake, which brought them to the notice of the giants of the sector, gave in to their pressure, but have also received strong support from Japan. What only a father endowed with unlimited faith is willing to give a son.



Michele Giannone
Alessandro De Bianchi
Mirko Martini



Biorticello

biorticello.it
info@biorticello.it

Piattaforma e-commerce che commercia prodotti di agricoltura biologica, genuini, tradizionali, selezionati uno per uno.

Viviana nasce a Ferentino, in Ciociaria, e da sempre sogna realtà più grandi. Studia Comunicazione a Perugia, Digital Marketing a Milano, ma poi - ironia della sorte - trova l'amore e mette radici in un paese ancora più piccolo di quello d'origine: Poggio San Lorenzo, 565 anime in provincia di Rieti. La sua passione per il buon cibo la porta a conoscere alcune micro-aziende agricole finché non le viene in mente di creare biorticello.it, un e-commerce di prodotti biologici. In meno di due mesi riesce a radunare ventidue aziende e il suo sito vanta ben centoventi prodotti online.

La selezione delle aziende è il lavoro più impegnativo, Viviana gira l'Italia per conoscere di persona i piccoli produttori. Mi racconta del viaggio dell'ultima estate, cinquanta gradi e un'automobile senza condizionatore, di luoghi dove persino Google Maps si perde, dei ritardi causati dalle greggi; mi parla di dialetti sconosciuti e indicazioni stradali originali, "alla prossima pianta di lauro andate a destra, poi al cespuglio a sinistra". "E se non ci sovviene come sia fatta una pianta di lauro?".

L'azienda Grillo deve il nome a una bimba che, all'acquisto del terreno, si trovò un grillo sopra il dito; Agnese, 73 anni e cinquecento alberi di ulivo, concima e si occupa da sola della raccolta; Marco ha riacquistato i terreni appartenuti al nonno. Ci sono gli oliveti sperimentali, la pasta di grano antico, l'uva autoctona, i ceci neri, la marmellata di more e le ciambelline al vino.

Amore, cura e innovazione: "Biorticello" ha un proprio magazzino, non fa da semplice intermediario e così abbatta i costi di spedizione. "Si può fare impresa anche in un paesino", dice Viviana. La immagina aprire la finestra su una distesa di ulivi e cominciare a lavorare. "Stare qui non ha prezzo".

Ora non tenta più di fuggire dalle piccole realtà, desidera valorizzarle.

Anna Durickovic Dato

An e-commerce platform selling farm products that are organic, genuine, traditional and selected individually.

Viviana was born in Ferentino, in the Ciociaria area of Lazio. She has always dreamed of bigger things. She studied communication in Perugia, Digital Marketing in Milan, and then - ironically - found love and set down roots in a village even smaller than her own: Poggio San Lorenzo, with 565 inhabitants, in the province of Rieti. Her passion for good food led her to get to know some small farms, after which she decided to create biorticello.it, an e-commerce site selling organic products. In less than two months she managed to put together twenty-two farms. Her site now has a hundred and twenty products online.

The selection of farms is the most demanding part of the job. Viviana travels around Italy to personally meet small-scale producers. She tells me of a trip last summer, fifty degrees in a car without air conditioning, in places where even Google Maps gets lost, delays caused by flocks of sheep, unknown dialects and original road directions, "turn right at the next laurel tree, then turn left at the bush". "And if you don't remember what a laurel tree looks like?".

Azienda Grillo owes its name to a little girl who, when the land was purchased, found a cricket resting on her finger; Agnese, 73 years old and the owner of five hundred olive trees, tends the land and harvests the olives herself. Marco has re-purchased the land that once belonged to his grandfather. There are experimental olive groves, pasta made with ancient grains, native grapes, black chickpeas, blackberry jam and small ring-shaped wine biscuits.

Love, care and innovation: "Biorticello" has its own warehouse, is not simply a "go-between", and cuts shipping costs. "You can still do business in a small village", Viviana says. I can imagine her opening a window looking out onto an expanse of olive trees, and getting down to work. "Being here is priceless".

Now she is not trying to escape from small villages, rather she wants to see their value enhanced.



Viviana Datti



Teatro

LAZIO 1000

**LAZIO
CREATIVO**

Teatro Futuro Prossimo

Near Future Theatre

Il teatro, insieme alla danza, al circo e alle altre arti performative, è tra i protagonisti della vita culturale nella Regione Lazio.

Roma, in particolare, concentra un altissimo numero di scuole di recitazione, attori o aspiranti tali, compagnie, teatri e spazi performativi. Troppo spesso, però, le platee sono semivuote o gli spettacoli restano in cartellone per pochissime repliche.

Le opere frutto di uno sforzo davvero creativo, intellettuale, emotivo ed economico, meriterebbero un pubblico più numeroso ed eterogeneo. È molto raro che si diventi spettatori per caso. Il pubblico va dunque coltivato, affascinato, conquistato. Con un'attenzione costante, con fantasia e rigore, e con la collaborazione fra i teatranti e le istituzioni.

È necessario che il teatro entri nelle scuole, che invada pacificamente strade e piazze, che sia economicamente accessibile a tutti, che diventi nutrimento quotidiano.

“È l'arte del futuro”, pensavo del teatro quando ho cominciato a praticarlo. Soprattutto in questa nostra epoca, sempre più digitale e illusoriamente “social”, il teatro può rivelarsi unico e insostituibile, vitale.

Sta a noi tutti - istituzioni, operatori, spettatori - decidere che questo futuro sia il più prossimo possibile.

Along with dance, circus and other performance arts, theatre is one of the mainstays of cultural life in the Lazio Region.

Particularly in Rome, there is a high concentration of acting schools, actors and aspiring actors, companies, theatres and performance spaces. All too often, however, auditoriums remain half-empty or shows are only scheduled for a small number of performances.

Plays that are the result of hard work which is truly creative, intellectual, emotional and economical surely deserve larger and more consistent audiences. Becoming a theatre-goer by accident is extremely uncommon; audiences must therefore be cultivated, fascinated, won over. With constant attention, imagination and rigour, and with collaboration between theatre companies and institutions.

Theatre should be taken into schools, it should stage a peaceful invasion of streets and squares, it should be affordable by all, and become part of our everyday diet.

When I started out in theatre, I thought “It's the art of the future”. More than ever in our modern age, increasingly digital and illusorily “social”, theatre can prove to be unique, irreplaceable and vital.

It's up to all of us - institutions, players and audiences - to decide that this future is as near as possible.

Leonardo Angelini

Romano, è da sempre appassionato al teatro, al circo e al cinema. Docente, organizzatore, autore e regista teatrale, si occupa anche di cinema come soggettista e sceneggiatore. Dopo la laurea e il dottorato di ricerca in storia del teatro e dello spettacolo, ha insegnato alla Sapienza Università di Roma e in diverse scuole di recitazione e di arti performative. Ha pubblicato articoli specialistici, testi di saggistica e di narrativa. Tra le opere principali: il saggio *L'attore-giocoliere* (Un mondo a parte), la commedia teatrale *Circo Pinocchio* (Clichy) nonché diverse biografie di personaggi dello spettacolo per il sito Treccani.

Fa parte delle commissioni consultive che si dedicano al FUS (Fondo Unico per lo Spettacolo) presso il Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo.

A native of Rome, Leonardo has always been passionate about theatre, circus and cinema. A teacher, organiser, author and director, he is also involved in film as a scenarist and scriptwriter. Following his degree and PhD in theatre and performance history, he taught at Sapienza University of Rome and in various schools of acting and performing arts. He has published specialist articles and fiction and non-fiction texts. His major works include the essay *L'attore-giocoliere* (Un mondo a parte) (The actor-juggler - A word apart) and the comedy *Circo Pinocchio* (Clichy) as well as several biographies of leading figures in show business for the Treccani website.

Leonardo sits on the advisory committee of the FUS - Fondo Unico per lo Spettacolo (Unique Fund for Show business) at the Ministry of Cultural Heritage and Activities and Tourism.

Ondadurto Teatro

ondadurtoteatro.it
contact@ondadurtoteatro.it

Una compagnia con la testa e il cuore nel Lazio, che nel mondo ha trovato il vero palcoscenico per le sue sperimentazioni.

Compagnia internazionale fondata da Marco Paciotti e Lorenzo Pasquali, Ondadurto Teatro, partendo dal "metodo Lecoq", si è sempre spinta verso la ricerca di un equilibrio tra le diverse tecniche e modalità espressive. Il Physical Theatre, il Nouveau Cirque, la danza e la parola combinati all'utilizzo di macchinari, oggetti in movimento, fuochi pirotecnici, giochi d'acqua, musica e proiezioni video, hanno fatto sì che il linguaggio di Ondadurto Teatro divenisse sua caratteristica distintiva.

La sperimentazione artistica della compagnia ha infatti dato vita a un linguaggio visivo di forte impatto, in grado di dialogare con persone di ogni età, etnia e cultura e di raggiungere un pubblico internazionale. Caratteristica fondamentale è, inoltre, la scelta di utilizzare luoghi non convenzionali, invadendo spazi pubblici e rivalorizzando location uniche.

Spazio pubblico, pubblico internazionale e una comunicazione multidisciplinare sono quindi le caratteristiche chiave di Ondadurto Teatro, che si fonda su passione, talento e costanza.

Lavoro che è stato abbondantemente ricompensato in Italia, numerosi Paesi europei, ma anche Cile, Messico, Corea del Sud e Russia. Al momento, la compagnia ha avviato progetti di cooperazione e scambio in Thailandia, India e Cuba. In Italia la compagnia organizza due festival annuali, inEURoff e inBORGO, rispettivamente a Roma e a Borgo Velino.

Dal 2006, attraverso progetti in ambito sociale, porta l'arte e il teatro nei campi nomadi Rom come strumenti di interscambio tra culture. Inoltre, dal 2015 Ondadurto Teatro ha creato un progetto stabile di Residenza Artistica per lo sviluppo del Teatro Urbano. L'auspicio della compagnia è poter continuare il suo ruolo di ambasciatrice del teatro italiano nel mondo, grazie anche a un supporto concreto delle nostre istituzioni.

Jason Ray Forbus

A company with its head and its heart in Lazio, which has found its true experimental stage worldwide.

An international company founded by Marco Paciotti and Lorenzo Pasquali, Ondadurto Teatro takes the "Lecoq method" as its starting point and has always sought a balance between different techniques and expressive forms. Physical Theatre, Contemporary Circus, dance and the spoken word combine with the use of machinery, moving objects, pyrotechnics, water effects, music and video, with the result that Ondadurto Teatro's particular theatrical language has become its distinctive characteristic.

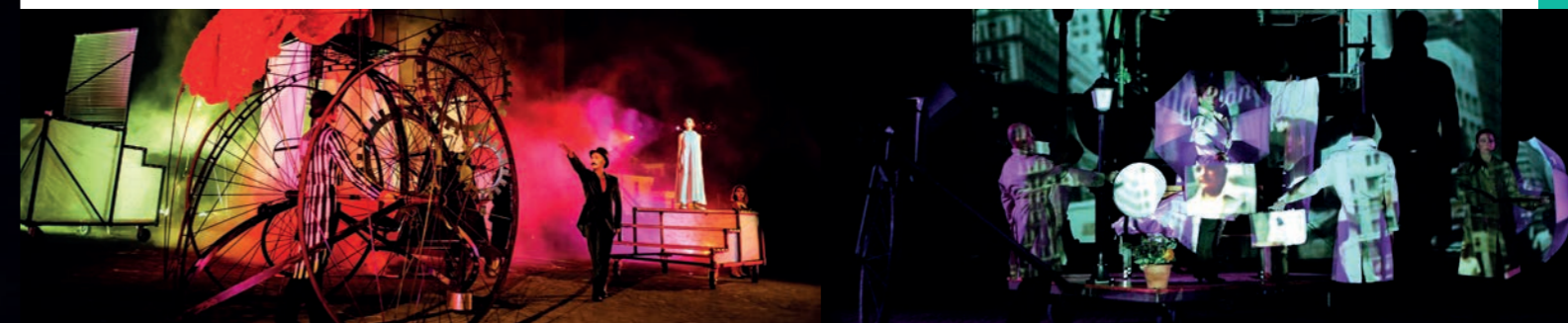
Indeed, the company's artistic experimentation has given rise to a highly impactful visual language which can engage people of any age, ethnicity and cultural background and thus reach an international audience. Another essential characteristic is the company's preference for unconventional venues, as they invade public spaces and reinterpret one-off settings.

Public spaces, international audiences and a multidisciplinary approach to communication, then, are the key traits of Ondadurto Teatro, which is founded on passion, talent and tenacity.

Their work has received enormous acclaim in Italy and many European countries, but also in Chile, Mexico, South Korea and Russia. At present time, the company has established cooperation and exchange programmes in Thailand, India and Cuba. Within Italy, it organizes two annual festivals, inEURoff and inBORGO, in Rome and Borgo Velino respectively.

Since 2006, the company has been engaged in social projects to bring art and theatre to Rom nomad camps as a tool for inter-cultural exchange. Furthermore, since 2015 Ondadurto Teatro has created an ongoing Artists' Residency for the development of Urban Theatre. The company's aim is to continue in its role as an ambassador for Italian theatre in the world, partly thanks to concrete support from our institutions.

Lorenzo Pasquali
Marco Paciotti
Giulia Vanni
Valerio Marinaro
Giorgia Conteduca
Dario Vandelli
Giorgia Marras
Daniele Ginnetti
Angelo Palmieri
Marco Golinucci



Pomezia Light Festival

pomezialightfestival.it
info@pomezialightfestival.it

Una rassegna di luci e arti digitali,
3 giorni di eventi e 14 installazioni
tra le strade e le strutture cittadine.

Comete si abbattono all'interno di un capannone fatiscente, l'acqua di una fontana come specchio del caos primordiale, una torre reagisce alle vibrazioni provocate dai passanti nella piazza in cui si erge. Tra lo stupore fanciullesco dei ventimila partecipanti all'evento, i più increduli sono proprio i cittadini di Pomezia, che per tre giorni vedono la propria città diventare teatro di scenari postmoderni, fantascientifici.

Videoproiezioni, installazioni interattive, giochi di luce, sono le opere che ridisegnano le strade pometine, neutralizzando ogni distanza tra artista e fruitore, entrambi attori sul terreno comune dello spazio urbano.

Per realizzare un festival tanto imponente ci sono voluti mesi di preparazione, vagonate di scartoffie, una buona dose di ironia di fronte a contrattempi di natura tecnica, umana, atmosferica. Ma soprattutto c'è voluta una perfetta sintesi di ricerca artistica e competenze ingegneristiche.

Se n'è fatta carico l'associazione culturale Opificio, fondata nel 2014 da un gruppo di ex studenti dell'istituto Rossellini di Roma. Il gruppo si è arricchito nel tempo di nuovi elementi, accomunati dall'interesse di sondare le nuove frontiere dell'arte performativa. Iniziano realizzando scenografie virtuali nei teatri, poi si dedicano agli spazi urbani. Dopo opere di videomapping su alberi ed edifici, trovano a Pomezia l'ambiente ideale per il loro progetto più ambizioso. Indicono una call cui aderiscono artisti da ogni parte del mondo, selezionano le opere, le realizzano.

Nel 2018 si bisserà: Pomezia di nuovo teatro d'altri mondi. Poi si smonta tutto e si torna al quotidiano. Ma è proprio questo il senso di arte effimera, con tutta la malinconia che l'aggettivo si porta dietro.

Simone Ungaro

A spectacle of lights and digital arts,
3 days of events and 14 installations
in the city's streets and buildings.

Comets destroy each other inside a dilapidated warehouse, the water of a fountain becomes a reflection of primordial chaos, a tower reacts to vibrations caused by passers-by in the square below. Among the twenty thousand attendees regarding all this in childlike awe, the most incredulous of all are the residents of Pomezia itself, who for three days see their town transformed into a stage for post-modern, science fiction light installations.

Video projections, interactive installations and light effects re-draw the streets of Pomezia, eliminating the distance between artist and viewer as they both become actors in the shared stage of the urban space.

To put on such an impressive festival took months of preparation, wagon-loads of paperwork and a fair amount of irony in the face of delays, whether technical, human or weather-related. But most of all it required a perfect synthesis of artistic research and engineering skill.

It was all organized by the cultural association Opificio, set up in 2014 by a group of ex-students of the Rossellini Institute in Rome. Over time the group has attracted new members, brought together by a shared interest in exploring the new frontiers of performance art. They began by creating virtual settings in theatres, later moving into urban spaces. Following various projects involving videomapping on trees and buildings, in Pomezia the group found the perfect setting for their most ambitious project to date. They put out a call for ideas, attracting artists all over the world, selected the works and executed them.

Same again in 2018: Pomezia will once more be the theatre for other worlds. Afterwards it's all dismantled and normality returns to the town. But this is precisely the meaning of ephemeral art, with all the melancholy the adjective implies.

Emanuele Polani
Francesca Falasca
Roberto Renna
Daniela Venanzangeli
Claudia Paradisi
Chiara Gabbani
Federico Luciano
Davide Attili



Habitas - Vivere In Compagnia

facebook.com/compagniahabitas
habitas51@gmail.com

Da Valle Aurelia, un nuovo modello di teatro che unisce ricerca artistica, sperimentazione, coinvolgimento ed emozione.

Un lavoro bello e faticoso, nato da un colpo di fulmine artistico. Così lo ha definito Niccolò Matcovich che, insieme a Livia Antonelli e Chiara Aquaro, all'inizio del 2016 ha fondato la compagnia Habitas.

Dalla somma delle rispettive esperienze, molto diverse tra loro ma accomunate dalla medesima passione, è nata questa compagnia teatrale giovane e indipendente, che presenta già una voce riconoscibile nel panorama italiano: una realtà in movimento, che parte dall'idea di condivisione del processo artistico, cui tutti - attori, tecnici, autori e persino spettatori - possono partecipare.

Non a caso, la sede di Habitas si trova all'Ex 51 di Valle Aurelia a Roma, uno spazio artistico condiviso, un luogo dove potersi confrontare con persone provenienti da esperienze creative diverse e dove, volendo, si può osservare come nasce e si sviluppa il lavoro di una compagnia teatrale.

L'obiettivo della compagnia è quello di fondere un teatro di stampo tradizionale con i linguaggi del contemporaneo, in un format narrativo che sia comprensibile a tutti, senza per questo limitare la ricerca artistica e la sperimentazione.

Un progetto audace e determinato che cerca di dimostrare che fare teatro è un mestiere e non solo un hobby, e che grazie a esso si può vivere. Niccolò, Livia e Chiara sanno bene che la creatività non si esaurisce sul palco ma sconfinava altrove, nella stretta collaborazione con le maestranze teatrali, nelle strategie di marketing sempre nuove con cui, ogni giorno, cercano di allargare il campo, offrendo l'esperienza di un teatro godibile e, come loro stessi lo definiscono, pop-olare, che convinca anche i non appassionati al genere a prestare attenzione a una forma di comunicazione che coniughi la tradizione con l'innovazione, in un risultato coinvolgente e affascinante.

Valentina D'Urbano

From Valle Aurelia, a new kind of theatre that blends artistic research, experimentation, engagement and excitement.

A wonderful and arduous task, born of an artistic "love at first sight". This is the definition of Niccolò Matcovich, who founded the Habitas company in 2016, together with Livia Antonelli and Chiara Aquaro.

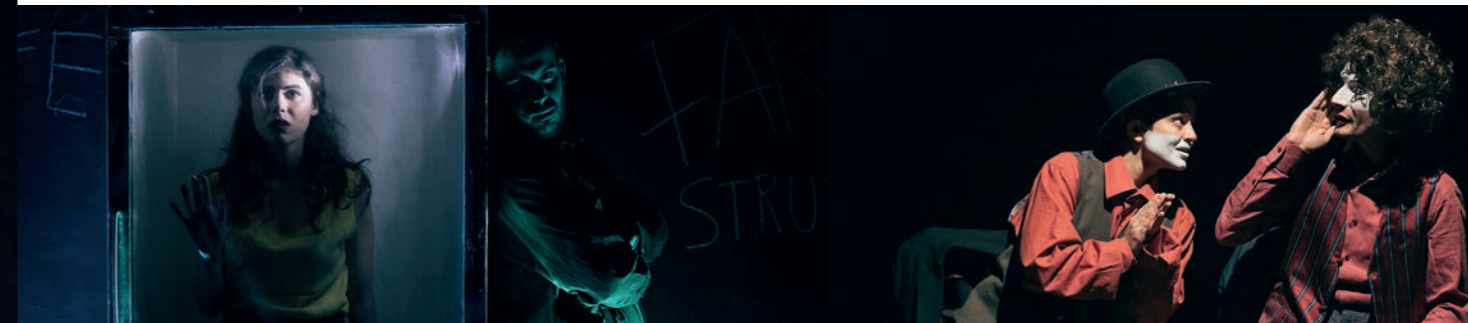
It was the sum of their respective experience - very different, yet sharing a common passion - that gave rise to this independent young theatre company, which is already establishing a recognizable voice on the Italian scene: an ever-moving reality whose starting point is the idea of sharing the artistic process in which all - actors, technicians, authors and even spectators - can take part.

It is not by chance that Habitas is based at Ex 51 in Rome's Valle Aurelia, a shared artists' space and a place where you can come across people from many different creative walks of life and where, if you wish, you can watch how the work of a theatre company begins and takes shape.

The company's aim is to establish a traditional-style theatre that uses contemporary artistic languages in a narrative format accessible to all, but without limiting artistic research and experimentation.

It's a bold and resolute endeavour which seeks to demonstrate that theatre is an occupation and not just a hobby, and that one can make a living doing it. Niccolò, Livia and Chiara are well aware that creativity does not end on the stage but spills over into other areas, into close collaboration with performers, into the ever-new marketing strategies they use daily in their efforts to widen the field by offering an experience of theatre that's enjoyable and - as they themselves define it - pop-ular; that can persuade even non-theatre-goers to give their attention to a form of communication which marries tradition with innovation, giving results that are engaging and delightful.

Livia Antonelli
Chiara Aquaro
Niccolò Matcovich



Principesse e sfumature

valdradateatro.it - facebook.com/chiera.becchimanzi
chiera.becchimanzi@gmail.com

A Ostia, Chiara Becchimanzi smonta i cliché di genere mettendo in scena uno spettacolo scritto e interpretato da lei.

Chiara Becchimanzi ha 32 anni e vive a Ostia. Ha studiato Arte e Scienza dello spettacolo, antropologia teatrale, i neuroni specchio; ha frequentato l'Accademia Internazionale di Teatro di Roma e ha girato l'Italia e il mondo con diverse compagnie teatrali. Porta in sé le tracce della Stand-up comedy, della satira sociale, del teatro comico della tradizione italiana e di quello fisico e buffonesco.

È alla luce di queste brevi note biografiche che va letto "Principesse e sfumature", uno spettacolo portato per la prima volta in scena nel 2016 al Teatro del Lido di Ostia, che Becchimanzi ha scritto e interpretato. È il monologo lucido e divertentissimo di una persona che cerca la felicità e prova a scoprire con coraggio cosa significa essere donna.

Chiara ci porta fuori dalla logica bloccata della narrazione culturale che induce le ragazze - già da bambine - a sentirsi piccole, fragili, dipendenti, pronte a sottomettersi. Smaschera quel sistema di pensiero, lo mette in discussione con intelligenza, ironia e presenza scenica.

Con sguardo da etnografa, indaga la realtà sociale in cui siamo immersi fin da piccoli, che implica l'esistenza di qualcuno che comanda e di qualcun altro che è bravo se ubbidisce; è bravo se è ben educato, se non si lamenta, se si accontenta e non vuole di più. Chiara canta, al contrario, l'importanza di ascoltarsi per primi, chiedersi cosa ci fa stare bene e farlo. Porta sul palco il suo percorso, quello di una donna normale che riflette su di sé.

Chiara Becchimanzi crede nella risata come strumento di catarsi e trascina gli spettatori. Con "Principesse e sfumature" tira fuori un lavoro terapeutico, di evidente utilità sociale, che - lungi dal fornire risposte - ci interroga e ci fa riflettere, facendosi portatore di un messaggio lucido e potente.

Martina Germani Riccardi

In Ostia, Chiara Becchimanzi dismantles gender clichés with a show written and performed by herself.

Chiara Becchimanzi is 32 and lives in Ostia. She studied Performance Art and Science, Theatre Anthropology and Mirror Neurons; she attended the International Academy of Theatre in Rome and has travelled Italy and the world with various theatre companies. Her approach contains elements of stand-up comedy, social satire, traditional Italian comic theatre, slapstick and clowning.

This brief biog serves as a backdrop to "Principesse e sfumature", a one-woman show first staged in 2016 at the Teatro del Lido in Ostia, written and performed by Becchimanzi herself. It's the lucid and extremely entertaining monologue of someone searching for happiness and trying bravely to find out what it means to be a woman.

Chiara takes us away from the blocked logic of the cultural narrative that makes girls - from a very young age - feel small, fragile, dependent and submissive. She debunks this system of thought, examining it with intelligence, irony and stage presence.

With an ethnographer's scrutiny, she probes the social reality that surrounds us from childhood, which implies someone who commands and someone else who is good and obeys; who is good if she is polite, doesn't complain, if she makes do and doesn't ask for more. Chiara, on the other hand, declares the importance of listening to ourselves first and foremost, asking ourselves what makes us feel good, and doing it. She brings her own journey to the stage, the journey of an ordinary woman reflecting on her life.

Chiara Becchimanzi believes in laughter as an instrument of catharsis, and takes her audience along with her. With "Principesse e sfumature" she unleashes a therapeutic work with clear social usefulness, which - far from providing answers - poses questions and makes us think, conveying a message both lucid and powerful.



Chiara Becchimanzi



C.T. Genesi Poetiche, Radici e Futuro

genesipoetiche.com
genesipoetiche@gmail.com

Una giovane compagnia teatrale reinterpreta i grandi classici in chiave contemporanea. Tra recitazione, musica e danza.

Rivisitare i grandi classici del teatro per affrontare temi attuali e aprire riflessioni sul futuro. È questo l'intento della compagnia teatrale C.T. Genesi Poetiche, fondata nel 2016 da Gianluca Paolisso e Daria Contento. "Il nostro teatro è una contaminazione di linguaggi che sposa ricerca e sperimentazione. Si muove in una dimensione onirica e allusiva, senza sfociare però nell'astrattismo. Al suo interno ci sono recitazione, musica e danza", afferma Gianluca.

Diplomato all'Accademia Internazionale d'Arte Drammatica del Teatro Quirino Vittorio Gassman, Paolisso cura la regia degli spettacoli. Che sono tutti lavori originali, pur partendo da capolavori della letteratura teatrale.

In *Requiem for Medea* l'anima della protagonista torna a parlare per ripercorrere la sua storia, dopo averla vissuta, in un monologo che rappresenta un'ultima preghiera per sé stessa prima del silenzio eterno. "La tragedia di Euripide è arricchita da tematiche contemporanee - spiega sempre Andrea - come l'emigrazione, la tratta degli esseri umani, la sete di potere e la ricerca ossessiva della ricchezza".

Hamletown è invece la riscrittura dell'Amleto di Shakespeare che vede il mondo sul ciglio del baratro. "La città attorno a cui ruota tutto è una sorta di giostra che si nutre di soprusi, bugie e rapporti falsi. L'amore tra Amleto e Ofelia mette in pericolo i meccanismi della giostra".

L'ultima produzione di Genesi Poetiche è *Anticotestamento*, opera incentrata sulla guerra e divisa in tre parti: la prima tratta dal libro di Giuditta, la seconda dal Cantico dei Cantici e la terza dai Profeti.

I ragazzi di Genesi Poetiche hanno molti progetti per il futuro: "Ci piacerebbe portare in scena le favole. Sempre in un'ottica moderna. Sempre mettendo in connessione radici, presente e futuro".

Serena Berardi

A young theatre company reinterprets the great classics with a contemporary twist. Performance, music and dance.

To revisit the classics of theatre in order to address current issues and stimulate reflection on the future. This is the goal of the theatre company C.T. Genesi Poetiche, founded in 2016 by Gianluca Paolisso and Daria Contento. "Our theatre is a fusion of languages that merges research and experimentation. It moves in a dream-like, allusive dimension, yet without spilling over into the abstract. Within it are performance, music and dance", states Gianluca.

A graduate of the Quirino Theatre - Vittorio Gassman International Academy of Dramatic Arts, Paolisso is responsible for directing the shows, which are all original works, although their starting point are masterworks of classical theatre.

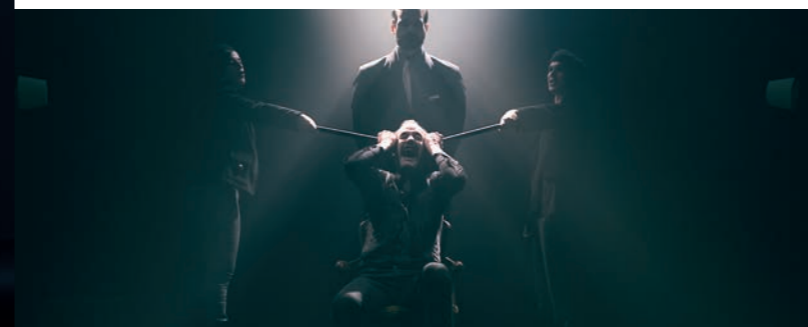
In *Requiem for Medea*, the protagonist's soul returns to retell its story - having lived it - in a monologue that constitutes a final prayer for herself before falling into eternal silence. "Euripides' tragedy is enriched with contemporary themes", explains Andrea, "such as emigration, human trafficking, the thirst for power and the obsessive quest for wealth".

Hamletown, is a rewriting of Shakespeare's Hamlet which sees the world on the brink of the abyss. "The city around which everything revolves is a kind of merry-go-round fed by tyranny, lies and fake relationships. The love between Hamlet and Ophelia threatens the mechanism of the whole thing".

The latest production from Genesi Poetiche is *Anticotestamento* (Ancient Testament), a work centred on war and divided into three parts: the first taken from the Book of Judith, the second from the Song of Songs and the third from the Prophets.

The young people of Genesi Poetiche have plenty of plans for the future: "We'd like to bring fairy tales to the stage. Still in a modern form. Still making connections between roots, present and future".

Gianluca Paolisso
Daria Contento
Ivano Conte



Showclap

showclap.it
s.terrinoni@showclap.it

Vendere artisti dello spettacolo tramite un portale ad alta certificazione. L'idea di un giovane di Veroli è spettacolare.

Non è un incidente di percorso ma uno di quelli veri a far svoltare la vita di Simone. Uno scontro quasi letale con un ubriaco alla guida contromano lo costringe a un difficile anno di immobilità. Inizia il secondo tempo della sua vita: sperimenta le infinite vie di comunicazione di internet. Costretto ad abbandonare l'attività da direttore artistico nel settore dell'animazione, si avvicina al mondo della programmazione e del social media marketing.

La sua creatura si chiama "Showclap": un portale di e-commerce per lo show business. Il progetto debutta a ottobre 2016 e in pochi mesi raccoglie l'iscrizione di 4.000 artisti.

Potrei definirlo una sorta di Amazon, ma l'ambizioso progetto del team di Simone non è una parodia del colosso americano. Si tratta di un portale unico nel suo genere. Grazie a un preciso sistema, l'utente può prenotare l'artista con un click, portandosi a casa lo spettacolo a prezzo finito. Nessun colpo di scena, gli artisti sono verificati da un rigoroso controllo qualità che in quindici giorni effettua verifiche approfondite, fornendo un certificato antipedofilia, controllando la fedina penale e passando in rassegna spettacoli e recensioni del professionista. Ma le garanzie non finiscono qui.

Signore e signori, se l'utente non è soddisfatto verrà rimborsato. La piattaforma crea una formula vincente per gli utenti e gli artisti, entrambi coperti da assicurazione e fiscalmente protetti da emissione di regolare fattura, segno di una trasparenza rara nel virtuale come nel reale.

Dopo aver superato le 3.000 vendite, il team di "Showclap" è pronto a lanciare la nuova sfida: espandere il progetto anche in Europa, per poi coprire buona parte del mondo.

Elisa Cappai

Selling show business professionals through a high-certification portal. The idea of a young man from Veroli is spectacular.

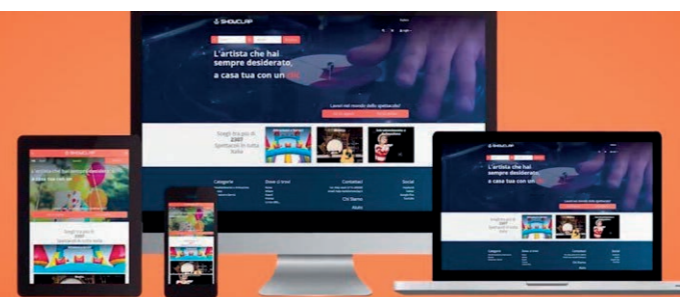
It wasn't a stumble along the way but a real accident that changed Simone's life. An almost fatal head-on collision with a drunk driver condemned him to a challenging year of immobility. Thus began the second phase of his life: he began to explore the infinite communication possibilities of the internet. Forced to give up his career as an artistic director in animation, he embarked on the world of programming and social media marketing.

His creation is called "Showclap" and it's an e-commerce portal for show business. The site was launched in October 2016 and in just a few months saw the registration of 4.000 artists.

I could describe it as a kind of Amazon, but Simone's team's ambitious project is not an imitation of the American giant. This is a one of a kind portal. Thanks to a precise system, the user can book an artist with a click, purchasing a show at a determined price. No unexpected plot twists, as the artists are verified by a rigorous process of quality control, which in the space of two weeks carries out in-depth checks, supplies a child-protection certificate, checks criminal records and considers the artist's recent performances and reviews. But the guarantees don't end there.

Ladies and gentlemen, if the user is not satisfied, the payment is reimbursed. The platform creates a winning formula for both users and artists, who are both covered by insurance and protected in fiscal terms by the issuing of legitimate invoices, an indication of a level of transparency uncommon in the virtual world, as in the real one.

Having clocked up more than 3.000 sales, the "Showclap" team is now ready to launch its new challenge: expansion into Europe, and then most of the world.



Teatro della Luce e dell'Ombra

teatroluceombra.com
info@teatroluceombra.com

Dottor Jekyll e Mister Hyde: uno spettacolo con attori di ogni età, costumi d'alta sartoria e una scenografia d'eccezione.

Lo strano caso del dottor Jekyll e Mister Hyde, il classico di Stevenson prende vita sul palco grazie alla recitazione degli attori del Teatro della Luce e dell'Ombra. Una compagnia eterogenea con sede a Velletri, composta da giovani under 35 provenienti dal vivaio dei laboratori e da attori di esperienza.

La compagnia riporta nei teatri uno spettacolo che aveva debuttato ad Anzio due anni fa.

Il testo, a firma del regista Gennaro Duccilli, è molto fedele all'opera dello scrittore inglese ma sviluppa anche il tema dell'incubo: Stevenson, infatti, soffriva di visioni notturne spaventose che diventano lo spunto per portare sul palco l'universo della letteratura del male, da Rimbaud a Lulù di Wedekind.

Una compagnia numerosa come se ne vedono ormai raramente, composta da sedici attori, per una produzione d'altri tempi che gira per i teatri romani e dei Castelli ma che ha anche varcato i confini nazionali, con il *Caligola* di Camus in spagnolo, *Don Chisciotte* e *Olokaustos 1944*.

La messa in scena del Dottor Jekyll e Mister Hyde non lascia al caso i particolari: la scenografia, che proietta lo spettatore nella Londra dell'Ottocento, è realizzata su tre piani dall'artista di fama internazionale Sergio Gotti: i mattoncini dell'epoca sono riprodotti uno ad uno e gli attori si muovono tra il laboratorio di Jekyll e i bassifondi della città separati da una grande scala centrale che porta in soffitta. E gli abiti di alta sartoria teatrale contribuiscono a rendere perfetta l'immersione nella storia.

Nel testo anche un riferimento alla storia di Jack lo Squartatore, per ricordare una curiosa coincidenza: la sera della prima londinese dello spettacolo, nell'agosto del 1888, ci fu il primo omicidio di quello che viene definito il primo serial killer della storia.

Caterina Grignani

Dr Jekyll and Mr Hyde: a show starring actors of all ages, beautifully tailored costumes and exceptional scenery.

Stevenson's classic work *The Strange Case of Dr Jekyll and Mr Hyde* is brought to life onstage by the performances of members of the Teatro della Luce e dell'Ombra. This is an eclectic company based in Velletri and consisting of under-35s from local drama workshops and experienced actors.

The company brings back to the stage a show first performed in Anzio two years ago.

The script, by director Gennaro Duccilli, is very faithful to the Scottish writer's original work, but also develops the theme of the nightmare: Stevenson actually suffered from terrifying nighttime visions which became the inspiration for the staging of horror literature from Rimbaud to Wedekind's *Lulu*.

This a larger company than the standard these days, with sixteen actors and an old-fashioned show that tours theatres in Rome and the Castelli area but which has also crossed national borders, with Camus' *Caligula* in Spanish, as well as *Don Quijote* and *Olokaustos 1944*.

The staging of Dr Jekyll and Mr Hyde leaves nothing to chance: the scenery takes the audience to nineteenth-century London and is designed in three sections by internationally-acclaimed artist Sergio Gotti: period details are replicated one by one and the actors move between Dr Jekyll's laboratory and the city slums which are separated by a grand central staircase that leads up to the ceiling. High couture costumes help to complete the audience's immersion in the story.

The text also contains a reference to the story of Jack the Ripper, recalling a curious coincidence: the show's opening night in London in August 1888 was also the date of the first murder by the man known as the first serial killer in history.

Gennaro Duccilli
Sergio Gotti
Maurizio Castè
Paola Surace
Eleonora Cardei
Eleonora Mancini
Giordano Luci
Antonio Maria Duccilli
Ariela La Stella
Matteo Santinelli



Ifigenia: Il Gioco

sovragaudio.it
sovragaudio.teatro@gmail.com

Sovragaudio, compagnia tutta in rosa che porta in scena gli Dei dell'Olimpo rivisitando Euripide in chiave tragicomica.

Una compagnia teatrale romana ancora senza fissa dimora e tutta al femminile: Barbara Bianchi, Chiara Casali, Rosaria D'Antonio, Chiara Laureti, Eleonora Leone, Giuseppina Loschiavo, Chiara Postacchini e Arianna Saturni sono i nomi delle attrici che, conoscitesi negli anni di formazione all'Accademia Drammatica Cassiopea, si sono unite per fondare l'Associazione Sovragaudio, una sorta di "neurone comune sovaccarico", secondo la loro ironica definizione.

Come rivela l'attrice e regista Rosaria D'Antonio, una compagnia di sole donne può essere pericolosa quanto vitale, soprattutto quando eventuali conflitti personali riescono a tramutarsi in pura energia e coesione artistica sulla scena.

D'altronde il teatro è una sorta di "palcoscenico della vita", dove si misurano forze e debolezze, passioni e delusioni, sentimenti e tormenti, proprio come nello spettacolo "Ifigenia: Il Gioco", una rivisitazione tragicomica e interattiva con il pubblico del testo di Euripide. Gli Dei sono annoiati dalla monotonia di una vita immortale, immune dall'autenticità delle passioni terrene e implorano Crono di fornirgli un nuovo trastullo: Ifigenia. La tragedia greca viene traspunta in un moderno gioco di ruolo, dove gli Dei assumono nuove identità fingendosi mortali.

Discutono, si accusano, tramano vendette e mettono in scena macchine e brutali azioni. Ai loro occhi il sacrificio di una vittima è insignificante e funzionale a un solo scopo: divertirsi sulla Terra dimenticando l'eterno tedio dell'Olimpo.

Li tiene uniti un filo rosso, simbolo della vita, che si passano sulla scena mentre distribuiscono caos e sofferenze. Un testo universale e sempre attuale, che evidenzia il carattere di arbitrarietà del volere di chi ci governa, ieri come oggi.

Simona Pandolfi

Sovragaudio, the all-female company puts the Gods of Mount Olympus on the stage with a tragicomic reinterpretation of Euripides.

A Roman theatre company as yet with no fixed abode and all female: Barbara Bianchi, Chiara Casali, Rosaria D'Antonio, Chiara Laureti, Eleonora Leone, Giuseppina Loschiavo, Chiara Postacchini and Arianna Saturni. They are the actresses who, having met during their training at the Accademia Drammatica Cassiopea, joined forces to set up the Associazione Sovragaudio, a kind of "supercharged shared neuron", as they ironically describe it.

As actor-director Rosaria D'Antonio explains, an all-women company can be as dangerous as it is energising, especially when the occasional personality clash is transformed into pure energy and artistic cohesion onstage.

After all, theatre could be considered a "stage of life" where strengths and weaknesses are measured, along with passions and delusions, sentiments and torments, as occurs in their show "Ifigenia: Il Gioco", an interactive, tragicomic reinterpretation of Euripides' work. The Gods are bored with the monotony of immortality, immune to the reality of earthly passions, and they implore Cronus to grant them a new plaything: Iphigenia. The Greek tragedy is transposed to a modern role play game, in which the Gods take on new identities and pretend to be mortals.

They quarrel, accuse each other, plot vendettas and act with pettiness and brutality. In their eyes the sacrifice of a victim is insignificant and serves only one purpose: to enjoy themselves on earth and forget the eternal tedium of Mount Olympus.

They are united by a red cord - a symbol of life - which passes from one to another onstage as they sow chaos and suffering. A universal and ever-current story which highlights the arbitrary nature of the whims of those who rule us, today as in the past.



Barbara Bianchi
Chiara Casali
Rosaria D'Antonio
Chiara Laureti
Eleonora Leone
Giuseppina Loschiavo
Chiara Postacchini
Arianna Saturni



Passeggiata fiabesca

facebook.com/search/top/?q=passeggiata%20fiabesca
isalion@hotmail.it

Spettacoli teatrali diventano fiabe per bambini nel parco. L'inventiva di Isabella Leone, un pretesto per educare all'arte.

C'era una volta e ancora c'è una principessa. Il suo nome è Odette. Al laghetto di Villa Borghese, avvolta in uno spumeggiante abito di bianche piume, invita i bambini tra i 3 e gli 8 anni a sfuggire dall'incantesimo del perfido Rothbart. Ma passeggiando tra altri memorabili luoghi della Capitale, capita anche di incontrare *La bella addormentata* e *Lo schiaccianoci*.

Tutto inizia circa tre anni fa, con *Il Flauto Magico*. Il giorno seguente lo spettacolo, a Villa Torlonia si aggira la protagonista di un'Aria dell'opera di Mozart: è la prima performance di Isabella Leone.

Con il sostegno dell'Associazione culturale Calipso e degli attori professionisti Michela Barone, Giulia Faina e Simone Caredda, il sogno ad occhi aperti di Isabella prende corpo nella "Passeggiata fiabesca". Attività ludico-didattica che trasmuta le fiabe, le recite cantate e i balletti in adattamenti improvvisati sul campo seguendo un canovaccio precedentemente concordato con gli interpreti.

Tre sono le competenze del bagaglio che Isabella Leone si porta dietro e riadatta per l'occasione. La laurea in Scienze e Tecnologia per il Restauro e la Conservazione dei Beni Culturali, i dieci anni di pianoforte, la passione per la recitazione. "La fiaba è solo un pretesto per far conoscere ai bambini Roma, la storia, l'arte e per farli abituare alla musica da opera".

Con Isabella si può conoscere Roma dall'alto, osservandola dal Giardino degli Aranci mentre Don Chisciotte con uno scolapasta in testa combatte alberi che scambia per giganti; scoprire l'arancio di San Domenico in Santa Sabina e scorgere dalla serratura del portone d'ingresso della villa del Priorato di Malta la cupola di San Pietro perfettamente inquadrata in fondo al giardino.

Sono esperienze del fantastico che rimarranno nella memoria dei bambini. Ma anche di qualche adulto.

Maria Teresa Sammarco

Theatre shows become children's stories in the park. Isabella Leone's inventiveness, a pretext for art education.

Once upon a time there was a princess, and she's still here. Her name's Odette, and by the lake at Villa Borghese, dressed in a floaty dress of white feathers, she invites children aged 3 to 8 to flee from the wicked Rothbart's evil spell. But if you stroll past other memorable places in Rome, you might come across *Sleeping Beauty* or *The Nutcracker*.

It all began some three years ago with *The Magic Flute*. The day after the performance, the protagonist of an aria in Mozart's opera was wandering around Villa Torlonia: this was Isabella Leone's first performance.

With backing from the Calipso cultural association and professional actors Michela Barone, Giulia Faina and Simone Caredda, Isabella's waking dream took shape in the form of the "Passeggiata fiabesca". It's a fun, educational activity that turns fairy tales, song recitals and ballets into ad hoc improvised adaptations, following plot lines previously agreed with the performers.

Isabella Leone's cultural luggage contains three skills areas which she adapts to each occasion. A science degree in the restoration and conservation of cultural heritage, ten years playing the piano, and her passion for acting. "A fairy tale is just a pretext for teaching children about Rome, its history and art and getting them used to opera music".

With Isabella you can see Rome from above, watching from the Orange Garden while Don Quijote, colander on head, fights with trees he's mistaken for giants; discover St Dominic's orange tree in Santa Sabina and look through the keyhole of the door to the Villa del Priorato di Malta to see the dome of St Peter's perfectly framed at the end of the garden.

Wondrous experiences that will remain in children's memories. And adults too.



Michela Barone
Giulia Faina
Simone Caredda



Agiteatro - Futura umanità

facebook.com/agiteatro
agiteatro@gmail.com

La rivoluzione teatrale che nasce dall'incontro a Roma tra cinque ragazzi, dopo esperienze diverse in giro per l'Europa.

Famélica del madrilenio Mayorga, è il titolo originale del testo teatrale che ha vinto il Premio Europa per il Teatro 2016.

Marco, Andrea, Alessandro, Valerio e Mattia ne entrano in possesso per un colpo di fortuna, contattano l'agente di Mayorga per un altro testo, non più libero di diritti, e gli viene proposto questo, ancora inedito, che non aspetta altro che essere tradotto.

Al Professor Simone Trecca e ad Amy Bernardi si deve la traduzione: nasce così *Futura umanità*, l'umanità che viene da una rivoluzione affamata. Chiedo ai ragazzi cosa sia per loro la rivoluzione, mi rispondono che "non è dare nuove risposte ma porsi nuove domande, nel Teatro come nella vita".

Sono cinque giovanissimi, si conoscono in Accademia e studiano insieme per tre anni, poi ciascuno approfondisce il proprio percorso: teatro dell'assurdo, teatro di narrazione, drammaturgia contemporanea, commedia dell'arte. Si incontrano a Roma, unendo le influenze raccolte in Polonia, Germania, Danimarca, con le intuizioni di grandi maestri e, insieme, nel 2015 fondano la compagnia Agiteatro. Il primo testo che mettono in scena è *Gabriele*, di Paravidino e Rappa: racconta la convivenza di cinque attori di fronte a nuove responsabilità. "È uno specchio della società, la commedia in cui ci ritroviamo noi giovani di oggi".

Gabriele, *El mi cittino* e *Futura umanità* sono le opere che i ragazzi di Agiteatro si propongono di portare avanti parallelamente, senza abbandonarne nessuna.

La loro ricerca mira a togliere il superfluo; il minimalismo scenico è la parola d'ordine, giocano con i fasci di luce, con l'improvvisazione, non usano tappeti sonori, possono servirsi solo di un tavolo e di loro stessi. Da Roma a Napoli, Agiteatro continua a portare in scena la propria rivoluzione.

Anna Giurickovic Dato

The theatre revolution born of an encounter in Rome between five young people, following their various experiences around Europe.

Famélica, by Madrid playwright Juan Mayorga, is the original title of the play that won the 2016 Europe Theatre Prize.

Marco, Andrea, Alessandro, Valerio and Mattia came into possession of the script by a stroke of luck, when they contacted Mayorga's agent about another play, whose rights were no longer available, and were offered this one, as yet unpublished and awaiting only a translation.

Professor Simone Trecca and Amy Bernardi provided the translation, and so *Futura umanità* came into being - humanity that springs from a starving revolution. When I ask the members what revolution means to them, they reply that "it's not coming up with new answers but asking new questions, in theatre as in life".

These are five extremely young actors, who met at drama school and spent three years studying together before each of them followed their own route: theatre of the absurd, narrative theatre, contemporary dramaturgy, Commedia dell'Arte. They met again in Rome and combined the influences of their travels in Poland, Germany and Denmark with the teachings of the great masters and, in 2015, founded the Agiteatro company. The first show they put on was *Gabriele*, by Paravidino and Rappa, which tells the cohabitation of five actors facing new responsibilities. "It's a reflection of society, the comedy in which we young people find ourselves nowadays".

Gabriele, *El mi cittino* and *Futura umanità* are plays which the Agiteatro members intend to continue performing in parallel, without dropping any.

Their work aims to strip away the non-essential: minimalism on sets is the code word, they play with bands of light and improvisation, they don't use backing music and can perform using only a table and themselves. From Rome to Naples, Agiteatro continues to bring its own revolution to the stage.



Marco Bellomo
Andrea Ferri
Valerio Leoni
Mattia Parrella
Claudia Guidi
Alessandro Filosa (presente col cuore)



Musica

LAZIO 1000

LAZIO
CREATIVO

Passione, sangue, rabbia e amore

Passion, blood, fury and love

Guido d'Arezzo, Bartolomeo Cristofori, Adolf Rickenbacker, Leonardo Chiariglione. Per la maggior parte delle persone questi sono nomi come altri ma questi signori hanno cambiato radicalmente la nostra vita al pari di Fleming, Meucci e pochi altri.

Sono gli inventori della notazione musicale, del pianoforte, della chitarra elettrica e dell'mp3.

Teorici e ingegneri divisi dai secoli, uniti dalla stessa passione. Studiosi che hanno cambiato il nostro rapporto con la musica e che alla musica si sono dedicati con sacrificio, passione, sangue, rabbia e amore. Fare della musica la propria professione vuol dire legarsi a un'amante esigente, che richiede dedizione, sacrificio e coraggio. A tutti i giovani mi sento di consigliare una sola cosa: abbiate sempre il coraggio di pensare che la vostra musica non sia veramente vostra ma di coloro che siedono in platea, di chi l'ascolta in automobile o in cuffia.

Abbiate sempre il coraggio di rendervi comprensibili, soprattutto a chi non possiede il vostro background musicale e di studi.

La musica è comunicazione e, come la poesia più bella, se scritta in una lingua a noi incomprensibile, non riuscirà ad emozionarci.

Guido d'Arezzo, Bartolomeo Cristofori, Adolf Rickenbacker and Leonardo Chiariglione. To most people, these are names just like any others, but these four gentlemen radically changed our lives, just like Fleming, Meucci and very few more.

These are the inventors of the musical notation, the piano, the electric guitar and the mp3.

Theoreticians and engineers separated by centuries yet united by the same passion. Scholars who changed our relationship with music and who devoted themselves to music with sacrifice, passion, blood, fury and love. Making music your profession means binding yourself to a demanding lover who requires devotion, sacrifice and courage. I would like to give young people just one piece of advice: always have the courage to think that your music is not truly yours, but belongs to the people seated in the auditorium, to those who listen to it in their car or through their headphones.

Always have the courage to make your work comprehensible, especially to those who don't have your musical background and education.

Music is communication and, like the most beautiful poetry, if it's written in a language we can't understand, it will never succeed in moving us.

Giuseppe Lorenzoni

Compositore, produttore violinista e pianista. Dopo una brillante carriera accademica presso i conservatori Santa Cecilia di Roma e Luigi Cherubini di Firenze, si esibisce come solista al Teatro dell'Opera di Roma e nelle più prestigiose sale di tutto il mondo, tra cui New York e Mosca. Continua parallelamente la sua carriera di compositore e produttore, che lo porta a collaborare alla produzione dell'album "AMEN" per Sony Music e come arrangiatore in occasione del I Festival Internazionale del Cinema di Pechino, trasmesso in mondovisione dalla TV nazionale cinese CCTV con il premio Oscar Nicola Piovani. Ha al suo attivo composizioni di musica originale per RAI, Tauron Entertainment e per numerosi spot televisivi di brand internazionali tra i quali Tivùsat, T-System e Shure.

Composer, producer, violinist and pianist. Following a brilliant academic career at the conservatoires of Santa Cecilia in Rome and Luigi Cherubini in Florence, Giuseppe performed as a soloist at Rome's Teatro dell'Opera and at the most prestigious venues around the world, including New York and Moscow. He continues his parallel career as a composer and producer, which led him to collaborate on the album "AMEN" for Sony Music and as arranger for the 1st International Film Festival in Beijing, broadcast worldwide by Chinese national CCTV with Oscar winner Nicola Piovani. He wrote original compositions for RAI, Tauron Entertainment and numerous TV ads for international brands including Tivùsat, T-System and Shure.

Sinestetica

sinesteticaexpo.com
info@sinesteticaexpo.com

Dall'incontro casuale tra storici e artisti all'idea di una sede a Montesacro. Apre il salotto polivalente dei talenti.

"Sinestetica" nasce dal desiderio di far incontrare i talenti. Nasce dall'incontro fortuito, nel 2015, tra Pietro (architetto, scenografo, amante della musica), Giulia, storica dell'arte esperta in comunicazione e Bianca, storica dell'arte medievale.

Insieme hanno messo in moto il meccanismo e, dopo le prime feste, è arrivato Michele: bibliofilo, librario, storico e organizzatore di eventi.

Esperienze diverse ma accomunate dal modo in cui i quattro affrontano lavoro e amicizia, pari alla maniera leggera con cui riescono a proporre il proprio gusto personale e anticonformista: "Le opere belle non hanno bisogno di retorica".

In principio, il salotto di "Sinestetica" prende forma attraverso le opere di artisti, fotografi e disegnatori. Le loro invenzioni vengono seguite, condivise e apprezzate. L'opera funziona, la rete degli artisti seguaci - followers, verrebbe da dire oggi - cresce.

Il buon esito dell'iniziativa ha spinto il gruppo ad aprire un salotto stabile nel quartiere Montesacro di Roma, in Viale Tirreno 70. Da qui continuerà l'opera di promozione culturale in uno spazio il più possibile polivalente dove poter acquistare libri, opere d'arte e oggetti, assistere a presentazioni, concerti e a vernissage accompagnati da aperitivi e degustazioni.

Ma "Sinestetica" è soprattutto un luogo di scambio dove artisti, musicisti e letterati potranno incontrarsi per raccontare la propria creatività e mostrare i propri lavori a ospiti curiosi, interessati a scoprirli e, magari, anche a comprarli. Il gruppo organizzerà anche laboratori e circoli di lettura dedicati ai bambini e a chiunque sia interessato. "Noi crediamo fermamente nel tessuto sociale di questa città e nei nostri coetanei. C'è grande voglia di partecipazione e di novità e noi nel nostro piccolo stiamo costruendo un pezzetto del puzzle".

Jason Ray Forbus

From a chance meeting between historians and artists to the idea of a base in Monte Sacro. The multi-purpose talent centre is open.

"Sinestetica" is the result of a desire to bring talented people together. It came about after a chance meeting in 2015 between Pietro, an architect, set designer and music lover, Giulia, an art historian and communications expert, and Bianca, a medieval art historian.

Together they set up the organisation and, after the first events, they were joined by Michele, book-lover and seller, historian and event organiser.

Different experiences, but common ground in the four members' approach to work and friendship, such as the light touch with which they manage to present their own personal, anti-conformist taste: "Wonderful works need no rhetoric".

The "Sinestetica" salon takes its shape primarily from the work of artists, photographers and designers. Their creations are curated, shared and appreciated. The method works, and the network of artists - followers, we'd call them today - grows.

The success of the initiative motivated the group to open a fixed venue at Viale Tirreno 70, in Rome's Monte Sacro district. Here it will continue its task of promoting culture in a space which as far as possible is multi-purpose, where visitors can buy books, works of art and objects, attend presentations, concerts and vernissages with aperitifs and tastings.

But "Sinestetica" is above all a place of exchange, where artists, musicians and scholars can come together to share their creativity and display their work to curious visitors who are interested in learning more and perhaps buying something. The group will also organize workshops and reading circles for children and anyone else interested. "We believe firmly in this city's social fabric and our fellow citizens. There's a great desire for participation and new experience, and in our small way we're adding a piece to the puzzle".

Michele Cruciani
Bianca Hermanin
Giulia Martinis
Pietro Zampetti



E-Cor Ensemble

ecorensemble.com
e-cor@outlook.com

Team di Latina che propone un progetto di musica elettroacustica basato sulla sperimentazione di nuovi linguaggi sonori.

Ogni avanguardia artistica cammina su un ponte pericolante: alcune sono tanto sterili da precipitare nel baratro senza lasciare traccia, altre sono così propulsive da arrivare all'altro capo e rivoluzionare la semantica. Forse, più che l'ispirazione, non a caso aborrita da uno sperimentatore qual era Flaubert, conta lo studio costante e il lavoro artigiano.

Proprio sull'indagine quotidiana, intesa nella duplice accezione di ricerca sul suono e di confronto con i maestri, si fonda la radicalità del progetto "E-cor Ensemble", nato dall'iniziativa di tre studenti del conservatorio Respighi di Latina.

Una musica destrutturata, cacofonica, che condivide gli intenti subliminali dell'arte acusmatica.

Un susseguirsi di paesaggi espressionistici che si presta al dialogo con la video-arte come alla sonorizzazione di film muti: il lavoro sulle immagini di "Vormittagsspuk", filmato sperimentale di Hans Richter, vale all'ensemble una lunga serie di premi e riconoscimenti. Le continue collaborazioni con nomi di punta della scena sperimentale e i numerosi live internazionali, costruiti sull'improvvisazione, ne ampliano le possibilità espressive.

L'apice dell'interazione multimediale è la trasposizione drammatica del *Cuore rivelatore*. Deformato attraverso la violenza grottesca di Carmelo Bene e la lezione dello scollamento dal testo promossa dal teatro di Artaud, il racconto di Poe si trasforma nelle mani dell'ensemble in un inquietante collage vicino all'incubo, in cui il suono contrappunta il recitato ora assecondandolo, ora negandolo, ora indifferente. Quando è stato portato in scena, i bimbi in sala si attaccavano alle gonnelle delle mamme: se è vero che la provocazione fisica è il primo obiettivo dell'avanguardia, questa pare una bella investitura.

Simone Ungaro

A team from Latina offering electroacoustic music based on experimentation with new sound languages.

Every new art movement walks a precarious path: some are so sterile that they plunge into the abyss without trace, others have sufficient drive to get to the other side and revolutionize the semantics. Perhaps, rather than inspiration - not by accident abhorred by an experimenter like Gustave Flaubert - it's constant study and meticulous work that counts.

It is actually on daily exploration - understood as the dual sense of research into sound and comparison with the Masters - that the radical nature of the "E-cor Ensemble" project is based on and it is the result of an initiative by three students from the Respighi conservatoire in Latina.

Deconstructed, cacophonous music that shares the subliminal intents of acousmatic music.

A succession of expressionistic soundscapes open to dialogue with video art as well as soundtracking for silent films: the work on the images of Hans Richter's experimental film "Vormittagsspuk" won the ensemble a series of prizes and awards. Ongoing collaborations with key figures in the experimental music scene and numerous live performances around the world, focusing on improvisation, expand the group's expressive possibilities.

The apex of their multimedia interaction came with the dramatic adaptation of *The Tell-Tale Heart*. Distorted by the grotesque violence of Carmelo Bene and by the estrangement from the text learned from the Artaudian technics, in the hands of the ensemble Poe's short story becomes a disturbing collage close to nightmare, in which sound provides a counterpoint for performance, sometimes following, sometimes cancelling it out and sometimes indifferent. When it was staged, children in the audience grabbed their mothers' skirts: if physical provocation is really the primary aim of avant-garde, this seems to be a pretty good investiture.



Horgonic - The soul of sound

horgonic.com
info@horgonic.com

L'oggetto d'arte che amplifica il suono ed è un concentrato d'energia vitale: un bellissimo progetto creativo romano.

Fabio Romoli è un uomo cresciuto negli anni '70, con la passione per la realizzazione di amplificatori audio. È diventato perito elettronico e autocostruttore, artigiano analogico e digitale insieme, inventore di un oggetto mistico e funzionale: "Horgonic", la cui definizione tecnica è "amplificatore audio per sorgenti digitali". Ma le definizioni spesso semplificano le cose.

Certo, "Horgonic" amplifica la musica digitale, la musica liquida, da qualunque device provenga: smartphone, tablet o personal computer. È uno strumento super contemporaneo, ma ha anche delle caratteristiche che lo rendono unico e lo proiettano in un'altra epoca: il fatto, per esempio, di essere costruito a mano mettendo insieme metallo vivo, rame, alluminio, bronzo e valvole termoioniche. Quest'ultime sono tra i primi componenti attivi inventati dall'uomo ed erano utilizzate anche da Guglielmo Marconi.

Insieme a Valentina, Fabio ha lavorato per un anno e mezzo, scegliendo con accuratezza ciascun elemento che compone "Horgonic", che ha preso il nome dagli studi sull'accumulazione di energie di Wilhelm Reich, allievo di Freud. Sperimentando, sbagliando, ricominciando, Valentina e Fabio hanno infine ottenuto un oggetto bello da vedere, che dà valore e arreda qualsiasi superficie; un oggetto di design funzionale che contiene la storia della tecnologia del futuro, il cloud e le vecchie resistenze; un'opera da toccare. Ne vanno esplorati i percorsi interni perché è trasparente e si fa guardare. Un amplificatore che regala ascolti di altissima qualità.

Fabio Romoli voleva costruire qualcosa che raccontasse di sé, della grande passione abbandonata e poi ritrovata della sua vita. Insieme a Valentina ce l'ha fatta.

Gli appassionati di musica potranno stringere tra le mani pezzi unici, altrettante proiezioni dell'anima di chi li ha sognati, concepiti e inventati.

Martina Germani Riccardi

The work of art that amplifies sound and focuses vital energy: a wonderful creative project from Rome.

Fabio Romoli is a man who grew up in the 1970s with a passion for building amplifiers. He became a specialist in electronics and a do-it-yourself maker, an artisan of both analogue and digital, inventor of a mystic and functional object: the "Horgonic", whose technical description is "audio amplifier for digital sources". But definitions are often too simple.

Certainly, the "Horgonic" amplifies digital music - liquid music - whatever device it comes from: smartphone, tablet or PC. It's an ultra-contemporary instrument, but it also has features that make it unique and place it in a different age. The fact that it's built by hand, for instance, by bringing together exposed metal, copper, aluminium, bronze and thermionic valves. The latter are among the first components invented, and were used even by Guglielmo Marconi.

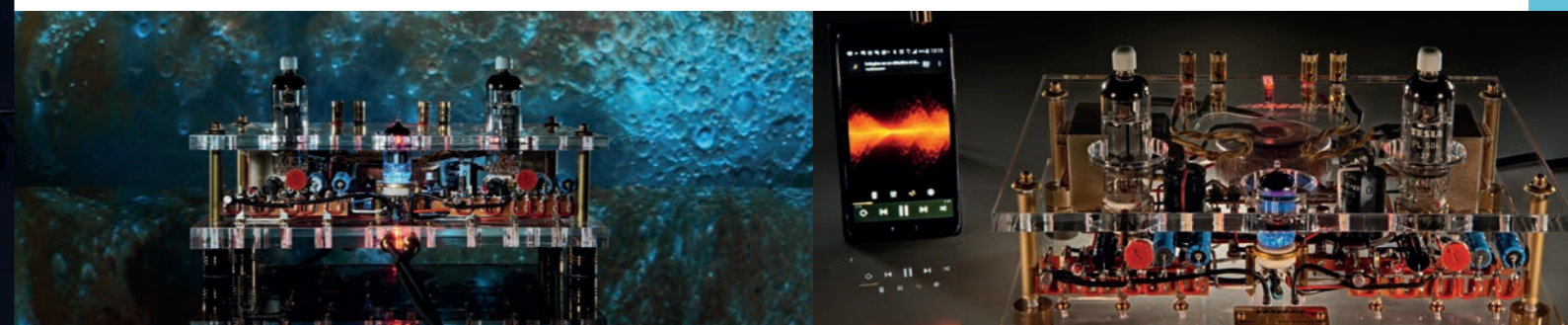
Together with his partner Valentina, Fabio worked for a year and a half, meticulously selecting every element that makes up the "Horgonic" (the name came from studies into energy accumulation by Wilhelm Reich, a pupil of Freud). Experimenting, making mistakes, starting again, Valentina and Fabio at last came up with an object beautiful to see, which enhances and refines any surface; a functional designer object that contains the history of future technology, the cloud and old-style resistors; a work of art to be touched. Its insides are open to exploration because the casing is transparent and everything is visible. It's an amp that donates listeners with superb sound quality.

Fabio Romoli wanted to build something that spoke of himself and of his life's great passion, abandoned and then re-found. With Valentina, he has accomplished this.

Music lovers can hold in their hands these unique items which represent so many pieces of the soul of the man who dreamed, conceived and invented them.



Valentina Romoli
Fabio Romoli



Gli spiriti selvaggi

facebook.com/glispiritiselvaggi
glispiritiselvaggi@outlook.com

Un romanzo fantasy lanciato insieme a una serie di iniziative multimediali. Tra musica, grafica digitale e modellazione 3D.

L'energia creativa di Andrea De Angelis spazia dalla scrittura alla composizione musicale, dall'illustrazione alla grafica digitale. Nell'autunno del 2017 Andrea presenta al Romics e al Lucca Comics il suo romanzo "Gli spiriti selvaggi. La leggenda dei cavalieri di Asha", edito da Dark Zone.

Si tratta del primo capitolo di una trilogia fantasy popolata da creature nate dall'evoluzione di diverse specie animali. I protagonisti, che vivono ai margini della società dando la caccia ai draghi, s'imbattono in un'antica leggenda.

"Le creature e le ambientazioni sono originali - spiega Andrea. Nel libro ho descritto i personaggi dopo averli disegnati, studiandoli attentamente dal punto di vista anatomico".

Nonostante si nutra di atmosfere medievali, la storia è attraversata da metafore che rimandano a temi attuali: "Le pietre di Kolodon di cui scrivo, che racchiudono le forze della natura, simboleggiano le fonti di energia che possono essere utilizzate adeguatamente oppure in maniera distruttiva".

"Gli spiriti selvaggi" non è solo un'opera letteraria ma un progetto che vede l'utilizzo di diverse tecnologie. "Il libro è stato preceduto da un portfolio di illustrazioni e brani musicali. Le prime realizzate con tecniche digitali e pittoriche tradizionali, i secondi ottenuti con un software di campionamento. Quando ho capito che le musiche e i disegni evocavano scenari fantasy, ho deciso di tradurli in testo".

Successivamente si sono aggiunti i booktrailer; il gioco da tavolo, a breve in commercio; il videogioco, in fase di sviluppo, e un simulatore di volo di drago creato grazie a programmi di modellazione grafica e il motore grafico Unreal Engine 4.

La saga degli "Spiriti selvaggi" continuerà nel 2018 con il secondo volume e si concluderà nel 2019 con l'ultimo episodio.

Serena Berardi

A fantasy novel launched alongside a series of multimedia productions, with music, digital graphics and 3D modelling.

Andrea De Angelis' creative energy ranges from writing to composing music, from illustration to digital graphics. In autumn 2017, Andrea presented his novel - "Gli spiriti selvaggi. La leggenda dei cavalieri di Asha", published by Dark Zone - at the Romics and Lucca Comics events.

This is the first volume of a fantasy trilogy populated by creatures born of the evolution of various animal species. The protagonists, dragon hunters who live at the margins of society, chance upon an ancient legend.

"The creatures and settings are original", explains Andrea. "In the book I describe the characters only after I've drawn them, with precise attention to anatomical detail".

Although the atmosphere is medieval, metaphors that refer to current issues run through the story: "The stones of Kolodon in the book, which enclose the forces of nature, symbolise energy sources that can be used appropriately or in a destructive way".

"Gli spiriti selvaggi" is not only a work of literature but a project that involves the use of different technologies. "The book was preceded by a portfolio of illustrations and music tracks; the former drawn with digital techniques and traditional painting, the latter done using sampling software. When I realised the music and the drawings evoked fantasy scenarios, I decided to translate them into text".

Then came the addition of book trailers, the board game, soon to be released, the video game - under development - and a dragon flight simulator created using graphics modelling and the game development suite Unreal Engine 4.

The saga of "Spiriti selvaggi" will continue in 2018 with the second volume, and conclude with the final episode in 2019.



Andrea De Angelis



Riprendiamoci tutta la città

bolognesifrancesco@gmail.com

Una canzone che parla di cittadinanza attiva, nata dalla collaborazione di un giovane avvocato e cantautore con Retake Roma.

Dai banchi di scuola, dove inizia a strimpellare le prime canzoni, arriva ai banchi dei tribunali per poi tornare a scuola, questa volta nel ruolo duplice di educatore e cantautore.

Incontro l'avvocato e artista Francesco Bolognesi tra un'udienza e l'altra, attraversando Roma da parte a parte, la città che nella sua canzone invita i ragazzi a sentirsi come a casa loro. Lui è cittadino del mondo, viaggiatore instancabile ma soprattutto autore di canzoni legate da un filo conduttore sottile quanto tenace: inviare messaggi sociali.

"Riprendiamoci tutta la città" è un manifesto musicale del progetto Retake Scuole, promosso dall'Associazione Retake Roma, movimento che ha innescato una silenziosa concreta rivoluzione di cittadinanza attiva.

Francesco ha quasi sfiorato la notorietà dopo aver frequentato l'Accademia di Sanremo, aver registrato due album e fatto molte altre esperienze, che lo hanno formato umanamente prima ancora che come artista. Da avvocato penalista conosce bene l'importanza delle prove, mi mostra la foto del momento in cui ha messo piede all'Abbey Road Institute per registrare un pezzo grazie a una coincidenza fortuita. Ma la fama non lo interessa, si definisce "scollato dal mondo artistico tradizionale". Gli ultimi suoi pezzi sono legati a contesti delicati come il carcere femminile e la disabilità.

Il video "Riprendiamoci tutta la città" ha coinvolto l'Istituto Antonio Rosmini a Boccea. Gli studenti colpiti dal brano ideato e scritto da Francesco - ora acquistabile online - hanno voluto interpretarlo con l'orchestra scolastica. La musica di Francesco travalica i muri delle scuole e punta alla creazione di una nuova educazione, da condividere con tutta la città.

Elisa Cappai

A song that speaks of active citizenship, born of the collaboration between a young lawyer and the Retake Roma movement.

From the school classroom, where he began to strum his first chords, to the courtroom and then back to school, this time in the dual role of singer and educator.

I meet lawyer and artist Francesco Bolognesi in a gap between hearings, crossing Rome from one side to the other, the city which his song invites young people to feel as their home. He's a citizen of the world, a tireless traveller but, above all, the writer of songs that share a subtle but tenacious aim: to convey social messages.

"Riprendiamoci tutta la città" is a musical manifesto for the Retake Scuole project, backed by the Retake Roma association, the movement that has instigated a silent yet tangible revolution in active citizenship.

Francesco has almost found fame, having studied at the Sanremo Academy, recorded two albums and had many other formative experiences in human terms even before his musical success. As a lawyer he's well aware of the importance of proof, and he shows me a photo of the time he went to the Abbey Road Institute to record a track, thanks to a lucky coincidence. But he's not interested in fame, and describes himself as "disconnected from the traditional world of artists". His most recent releases focus on delicate issues such as women's prisons and disability.

The video "Riprendiamoci tutta la città" involved the Antonio Rosmini high school in Boccea, whose students, impressed by the song written and performed by Francesco - and now available online - decided to perform it with the school orchestra. Francesco's music goes beyond the school walls and envisages the creation of a new kind of education, to share with the whole city.



Penelope è partita

unpoetico.com
essedibbi@gmail.com

Dalle coste che guardano al Circeo una performance e un libro ribaltano il mito di Ulisse. Stavolta sarà lui ad aspettare.

Simone Di Biasio, studioso di comunicazione, giornalista con un debole per la poesia - e alcune pubblicazioni e premi all'attivo - vive a Fondi, centro agricolo e turistico le cui spiagge si affacciano sul Circeo. Presidente di un'associazione intitolata al poeta e critico d'arte Libero de Libero, Simone ha lanciato un progetto che ribalta il mito della Penelope in eterna attesa.

Nato come un'installazione-performance dal titolo "Partita", si trasforma in un libro con traduzione di Evangelia Polymou e disegni di Stefania Romagna, artista di Terracina che ha ritratto tutte le donne che Ulisse incontra nel suo vagare. Dopo la prima esibizione a Latina, tre anni orsono, il progetto ha continuato a vivere ampliandosi. L'idea è legata a una rilettura in chiave contemporanea del mito di Ulisse: perché non dare la possibilità a Penelope di partire una volta che il marito è tornato?

A parlare è proprio lui, il navigatore dell'Odissea che questa volta piange la partenza della moglie. Stavolta è la donna a lasciare l'eroe da solo, dopo la lunga notte d'amore che ci narra Omero.

Ovidio, Pavese e altri ancora avevano attualizzato il mito ma in pochi hanno scelto di rendere protagonista la paziente Penelope. L'autore si chiede: Ulisse senza Penelope sarebbe mai esistito? Il monologo si apre con un moderno messaggio in segreteria e allo stesso modo si chiude - con l'eroe che lancia un appello in radiovisione. Il lavoro si collega a una pubblicazione più saggistica di Di Biasio: "Guardare la radio, prima storia della radiovisione italiana".

Il progetto su Penelope è nato in collaborazione con il regista della prima performance, Antonio Fasolo. E non solo fa parlare e agire una donna che tutti noi abbiamo conosciuto in paziente attesa ma racconta anche il territorio di Fondi.

Caterina Grignani

From the coastline facing Mount Circeo, a performance and a book overturn the myth of Odysseus. This time he's the one who must wait.

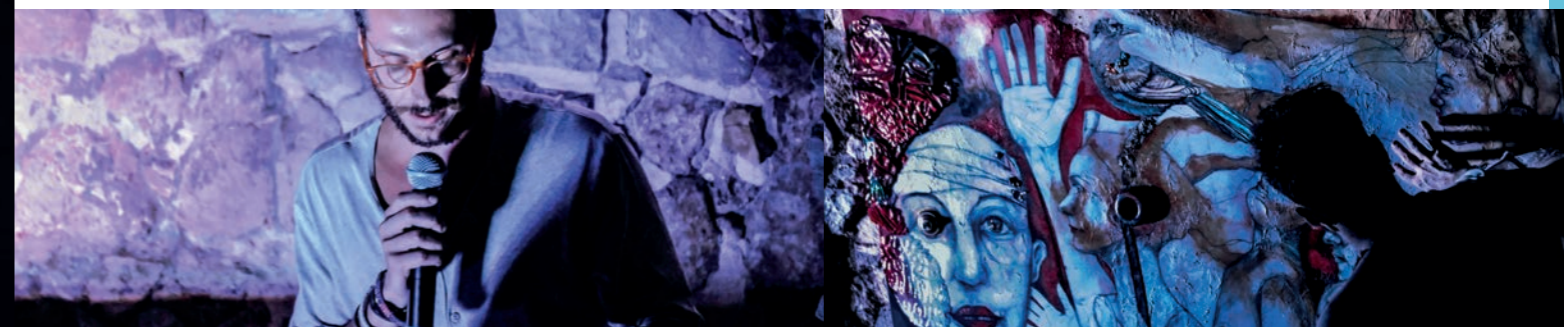
Simone Di Biasio is a journalist and expert in communications with a weakness for poetry - and several publications and prizes to his name - and he lives in Fondi, a centre for agriculture and tourism whose beaches overlook Mount Circeo. As president of an association named after the poet and art critic Libero de Libero, Simone launched a project that overturns the myth of the eternally waiting Penelope.

Conceived as a performance-installation entitled "Partita", it has become a book translated by Evangelia Polymou and illustrated by Stefania Romagna, an artist from Terracina who has depicted all the women Odysseus encounters on his travels. Following the first exhibition in Latina three years ago, the project has continued and expanded. The idea is a contemporary reading of the story of Odysseus: why not give Penelope the opportunity to travel once her husband returns?

It's he, the traveller of the Odyssey, who tells the story, on this occasion lamenting the absence of his wife. Now it's the woman who leaves the hero alone, after the long night of love described by Homer.

The myth had already been updated by Ovid, Pavese and others, but few have chosen to make the patient Penelope the protagonist. The writer asks himself: without Penelope, would Odysseus have existed at all? The monologue opens with an answerphone message, and concludes in the same way, with the hero requesting a Radiovision callback. The work is linked to a more scholarly publication by Di Biasio: "Guardare la radio, prima storia della radiovisione italiana" (Watch the radio, first history of Italian Radiovision).

The Penelope project was created in collaboration with the director of the initial performance, Antonio Fasolo. And it doesn't merely give a voice and actions to a woman we all know as patiently waiting, it also tells the story of the Fondi area.



E-Mago. I suoni della terra

michelevilletti.it
ufficiostampavilletti@gmail.com

“L’uomo delle volpi” di Viterbo presenta lo spettacolo della Natura: le frequenze emesse dalla Terra diventano musica.

La Natura è la fonte primigenia e autentica del tutto, quella da cui l’uomo dovrebbe sempre ritornare per “dissetarsi” spiritualmente. Cercando un rinnovato connubio con gli elementi naturali, nel 2015 è nato a Viterbo il progetto “E-Mago”, grazie alle interazioni con la fucina della The Art Republic Foundation Studio e all’interno del movimento denominato Repubblica delle arti.

La lettera E sta per Elettromagnetismo, MAGO evoca la dimensione mistico-esoterica della Natura. Per l’avvio del progetto è stato fondamentale l’incontro tra il musicista Michele Villetti e il geologo Antonio Menghini.

Michele è un batterista formatosi al Conservatorio di Santa Cecilia, un compositore strumentale di musica jazz e ambient che, dopo aver vissuto per mesi insieme a quattro volpi selvatiche, ha pubblicato un disco, “Masileyo, Soundtracks for a real life”, influenzato da questa suggestiva esperienza di vita. La sua specifica ricerca sonora, il masileyo sound, trova origine dall’armonica fusione di ritmi etnici e suoni elettronici ispirati alla natura.

Attraverso la tecnologia usata da Menghini per le indagini geofisiche del territorio e grazie alla presenza di un valido team di collaboratori (Stefano Pontano, Riccardo Scorsino, Stefano Floris, Matteo Pelorosso, Giulia Selvaggini, Leonardo Vietri, Michele Emler), Villetti è quindi riuscito a portare in scena un’esperienza musicale unica, coinvolgente e partecipativa, dove i musicisti improvvisano seguendo le frequenze emesse dalla Terra. I dati geofisici vengono trasformati in sequenze musicali, poi arrangiate e suonate seguendo l’idea del masileyo sound.

Il progetto sta subendo una metamorfosi; Antonio Menghini ha intrapreso una strada diversa di ricerca, mentre Michele Villetti, insieme a Michele Emler, sta lavorando a una successiva ed evoluta versione dello spettacolo: “E-Mago”.

Simona Pandolfi

The “fox man” of Viterbo presents the spectacle of Nature: frequencies from the Earth turned into music.

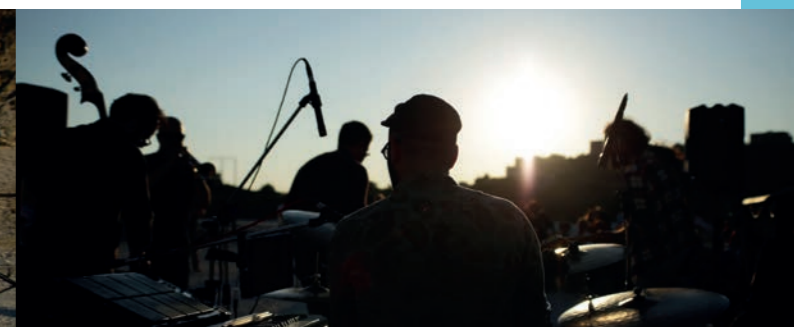
Nature is the true and primeval source of everything, to which humans must always return to quench their spiritual thirst. Seeking a renewed connection with the natural elements, the “E-Mago” project was founded in Viterbo in 2015, the result of interaction with The Art Republic Foundation Studio cultural centre and as part of the Republic of Arts movement.

The E stands for Electromagnetism, and MAGO refers to the esoteric and mystical dimension of Nature. Fundamental to the creation of the project was an encounter between musician Michele Villetti and geologist Antonio Menghini.

Michele is a drummer and percussionist, trained at the Santa Cecilia conservatoire, and a composer of instrumental jazz and ambient music. Having spent several months living with four wild foxes, he released a disc, “Masileyo, Soundtracks for a real life”, influenced by this extraordinary life experience. His particular research - masileyo sound - is rooted in the harmonious fusion of ethnic rhythms and electronic sounds inspired by nature.

With the technology employed by Menghini for geophysical surveys, and thanks to a skilled backing group (Stefano Pontano, Riccardo Scorsino, Stefano Floris, Matteo Pelorosso, Giulia Selvaggini, Leonardo Vietri and Michele Emler), Villetti succeeded in staging a unique musical experience, engaging and participatory, in which the musicians improvise while following the frequencies emitted by the Earth. Geophysical data is transformed into musical sequences, then arranged and performed in accordance with the idea of masileyo sound.

The project is undergoing a metamorphosis: Antonio Menghini’s research has taken a different direction, while Michele Villetti, along with Michele Emler, is working on a new and more advanced version of the show: “E-Mago”.



Running in the dark

www.wearedimitri.com
info@mickdimitri.com

Talento musicale precocissimo, Mick Dimitri continua a stupire con la sua chitarra, in Italia, all'estero e sui social.

“Una volta scritta e registrata la canzone non mi sono affannato a cercare un'idea, sedendomi a una scrivania cercando di spremere fuori qualcosa. Ho preferito che fosse l'idea a venire da me. E infatti le immagini che dovevano comporre il video mi sono arrivate alla mente come se qualcuno ce le avesse lanciate con forza”.

Parole di Michele Dimitri alias Mick Dimitri. 17enne romano, tiene la matita in mano dai 2 anni, a 7 inizia a suonare da autodidatta la batteria acustica. A 8 anni comincia a studiare chitarra acustica ed elettrica, prende lezioni di pianoforte jazz con il maestro Andrea Beneventano.

Nonostante l'età inferiore ai minimi previsti dal regolamento, viene ammesso ai Clinics del Berklee College of Music che si tengono durante l'Umbria Jazz 2014. È chitarra solista dell'ensemble del Berklee diretta da Mark Shilansky e vince come miglior chitarrista dei Clinics la Five Week Summer Program di Boston nell'estate 2015.

Nell'ottobre 2016 esce il suo 1° EP autoprodotta "Running in the dark", la cui clip raggiunge oltre 100.000 visualizzazioni su YouTube. "Crescendo, ho incentrato tutta la mia vita sull'esplorazione della bellezza e sulla sua creazione". Ma può essere anche dannazione. E Mick Dimitri lo sa bene: "Questo mio voto alla bellezza mi ha anche portato molta sofferenza. Il prezzo da pagare per fare quello che più amo è sempre stata l'alienazione”.

La sua canzone - forte di quell'isolamento - è un inno alla solitudine nella sua seconda lingua madre, l'inglese, in cui l'approccio visivo onirico, per quanto acerbo, accostato al testo arriva come intuizione lanciata da qualcuno con forza.

Due isole si perdono nelle acque catartiche, immagine archetipica e ambivalente affinché "ognuno possa proiettarvi dentro la propria esperienza”.

Maria Teresa Sammarco

The incredibly talented youngster Mick Dimitri continues to amaze with his guitar, in Italy, abroad and on social media.

“Once the song was written and recorded, I didn't bother to search for an idea, sitting at a desk and trying to squeeze something out. I preferred the idea to come to me. And in fact the images that made up the video popped into my head as if someone had chucked them at me”.

The words of Michele Dimitri, alias Mick Dimitri. A 17-year-old from Rome, he's had a pencil in his hand since the age of 2, and at 7 he started teaching himself to play the drums. At 8 he began learning acoustic and electric guitar, and took lessons in jazz piano with the maestro Andrea Beneventano.

Despite being younger than the minimum age requirement, he was accepted for the Berklee College of Music clinics, held during the 2014 Umbria Jazz Festival. He played solo guitar in the Berklee ensemble conducted by Mark Shilansky, and won the participation to the Boston Five Week Summer Program in 2015, as best guitarist in the clinics.

In October 2016 he released his first self-produced EP, "Running in the Dark", with a video viewed more than 100,000 times on YouTube. "As I grew up, I focused my entire life on exploring beauty and creating it". But beauty can also be a curse, and Mick Dimitri knows this very well: "This devotion of mine to beauty has brought a lot of suffering too. The price I pay for doing what I love best has always been alienation”.

His song - brimming with that isolation - is a hymn to solitude in his second native language - English - in which the dreamlike, although green, visuals accompanied by the lyrics arrive like intuition forcefully thrown.

Two islands become lost in the waters of catharsis, an archetypal and ambivalent image on which "each person can project their own experience”.



Michele Dimitri



Möbius Strip

facebook.com/MobiusStripGroup
musicmobiusstrip@gmail.com

Quattro giovani musicisti, la proprietà geometrica applicata alla musica, il Progressive e la filosofia del rinnovarsi.

Tutte le superfici geometriche, si sa, hanno due facce: una superiore e l'altra inferiore. Il "nastro di Möbius", invece, ne ha una soltanto: basterebbe prendere una strisciolina di carta, torcerla di mezzo giro e incollarla agli estremi, per avere una superficie non orientabile; da qualsiasi lato percorressimo il nastro, infatti, ci ritroveremmo con grandissima sorpresa sul lato opposto, perché in realtà ce n'è uno solo. Questo affascinante meccanismo è stato applicato in tutti i campi, dalla scienza all'arte - si pensi alle opere di Escher - dalla letteratura alla cinematografia fino alla musica.

Lorenzo, ingegnere, racconta che durante la lezione di analisi, il professore accennò a quel nastro, una figura che lo colpì molto. "Ho lasciato l'ingegneria per la musica e domani mi iscriverò al conservatorio".

"Möbius strip", invece, non lo lascia e, anzi, diventa la canzone che dà il nome al suo gruppo. "Abbiamo cercato di trasformare la proprietà geometrica in musica, dopo ogni giro cambiano gli accordi che da maggiori diventano minori e in quello successivo tornano maggiori, così che ci si ritrova sul lato opposto, in un loop che si ripete".

Lorenzo compone ed è alle tastiere, Nico al sax, Eros al basso e Davide alla batteria. Ciascuno di loro impara a suonare da bambino, chi prende lezioni private, chi continua da autodidatta, chi studia al conservatorio. Insieme esplorano vari generi musicali fino ad approdare al Progressive: evoluzione del rock con contaminazioni di musica classica, jazz, folk, una sperimentazione senza confini.

Sono tutti nati e cresciuti in provincia di Frosinone. Lorenzo è di Isola del Liri ma di loro già si parla in Francia, in Olanda e persino in America. Non so se abbiano camminato su un nastro con un lato solo ma di strada ne hanno fatta già tanta, e sul lato giusto.

Anna Giurickovic Dato

Four young musicians, a geometric property applied to music, Progressive rock and the philosophy of renewal.

It's well known that all surfaces have two faces: upper and lower. The Möbius strip, however, has only one: just take a strip of paper, give it half a twist and stick the ends together, and you have a surface that's neither upper nor lower. No matter which side of the strip you follow, you find yourself, to your astonishment, on the other side, because there is only one. This intriguing mechanism has been applied in every field, from science to art - think of the work of Escher - from literature and film to music.

Lorenzo is an engineer, and he tells that during a lesson on analysis, the teacher mentioned the phenomenon, which made a great impression on him. "I left engineering for music, and tomorrow I'll register at the conservatoire".

But he didn't abandon the "Möbius strip", and it even became the song that gave his group the name. "We attempted to translate the geometric property into music: after every verse the chords change from major to minor and then back again, so going back to the opposite side, in a loop that repeats itself".

Lorenzo writes songs and plays keyboards, Nico's on sax, Eros on bass and Davide plays the drums. All of them learned to play as children, some taking private lessons, some self-taught, others studying at the conservatoire. Together they explored various musical genres until they came to Progressive: an evolution of rock with influences from classical, jazz and folk; a limitless experimentation.

They were all born in Frosinone province - Lorenzo is from Isola del Liri - but they're being talked about in France, Holland and even in America. I don't know whether they've walked on a strip with just one side, but they've already come a long way, and in the right direction.



Lorenzo Cellupica
Daniele Rufo
Eros Capocchitti
Nico Fabrizi



LAZIO 1000 Cinema e Audiovisivo

Cinema e Startup, binomio di creatività e innovazione

Cinema and Startup, a couple of words for creativity and innovation

Il concetto di startup creativa legato all'audiovisivo fino a poco tempo fa poteva sembrare un ossimoro: un film, un documentario o anche un video clip avevano per natura una forma unica; avevano sia nella funzione specifica sia nel supporto tecnologico, però, la possibilità di essere ripetuti o riprodotti per un tempo cui solo il valore artistico poteva dare un termine, per cui potevano ritenersi quasi eterni.

Oggi questo paradigma si sta rompendo, la tecnologia ha reso più accessibile la possibilità di fare cinema e di conseguenza l'accesso a questo mondo è diventato più rapido: un adolescente, con un qualsiasi device, può girare, montare e post-produrre un video anche complesso e articolato.

Il problema di questa enorme massa di immagini a disposizione riguarda l'archivio, una sorta di YouTube tematica e fruibile da chi fa audiovisivo in grado di supportare video makers e cineasti. Inoltre abbiamo assistito, con ottimi risultati, anche nella nostra regione, a sviluppatori 3D o di tecnologie di animazione grafica.

Credo che questo sarà un terreno nei prossimi anni su cui concentrare gli sforzi maggiori di promozione nel terreno delle startup; lasciando alle commissioni, ai festival o al mercato la selezione qualitativa dei prodotti o dei progetti.

Until recently, the concept of creative startup linked to audiovisual work may have seemed an oxymoron. A film, a documentary or even a video clip by nature had a single form: nevertheless, in terms of both specific function and technical medium, they had the possibility of being repeated or reproduced for as long as their artistic value endured, and could thus be considered practically everlasting.

Today, this paradigm is breaking up, technology has made filmmaking more accessible, and consequently access to this world has become faster: a teenager with any device can shoot, edit and post-produce even a complex and articulate video.

The problem with this vast mass of available images is the archive, a kind of YouTube divided by topic and accessible to those who make audiovisual content, a resource for video and filmmakers. Moreover, even in our region, we have witnessed the excellent output of 3D developers and graphic animation technologies.

I believe that in the next few years this will be a field which will benefit from greater efforts to promote it in startup terms; leaving the qualitative selection of products or projects to panels of judges, festivals or the market.

Francesco Siciliano

Attore, regista e produttore romano. Diplomato all'Accademia Nazionale Silvio d'Amico, ha partecipato a moltissimi film di rilievo nazionale e internazionale, lavorando con registi come Bernardo Bertolucci, Mimmo Calopresti, Carlo Lizzani e Abel Ferrara. Nastro d'Argento come miglior attore non protagonista ne *La cena* di Ettore Scola, ha partecipato a numerose fiction, lavorando, tra gli altri, con Stefano Sollima e Francesco Munzi. Ha lavorato come regista e come attore nei maggiori teatri italiani vincendo tanti premi. Ha prodotto numerosi lungometraggi, scritto, diretto e prodotto trasmissioni televisive tra cui *Stato Civile* per Rai3, vincitrice del Diversitylab media Award nel maggio 2017. Membro del Consiglio di Amministrazione di Roma Lazio Film Commission, dirige un festival internazionale di cinema a Campinas in Brasile, nello stato di San Paolo.

Roman actor, director and producer. A graduate of the Silvio d'Amico National Academy of Dramatic Art, Francesco has appeared in numerous major Italian and international films, working with directors such as Bernardo Bertolucci, Mimmo Calopresti, Carlo Lizzani and Abel Ferrara. He won the Nastro d'Argento prize for best supporting actor in Ettore Scola's *The Dinner*, and has appeared in several series, working with Stefano Sollima and Francesco Munzi. He has directed and acted in Italy's important theatres and won many awards. He has also directed and produced TV shows including *Stato Civile* for Rai3, winner of the Diversitylab Media Award. A member of the Board of Directors of Roma Lazio Film Commission, he manages an international film festival in Campinas in São Paulo state, Brazil.

Immagini dal Sud del Mondo

aucs.it - ismcinema.it
info@aucs.it

La rassegna di AUCS Onlus è un viaggio cinematografico: il mondo può essere visto e interpretato da diverse angolazioni.

Sin dalla sua fondazione nel 1986, l'Associazione Universitaria per la Cooperazione e lo Sviluppo Onlus (AUCS) si è occupata di cooperazione internazionale e sviluppo rurale. Può contare sul contributo di professionisti con esperienze lavorative nel campo socio-antropologico e della cooperazione, nella produzione audiovisiva e fotografica, finanche nella formazione agraria. Eterogeneità di competenze che ha spinto l'associazione a convogliare gli sforzi in un canale comunicativo - il Cinema - da sempre in grado di offrire un punto di vista inedito a tematiche anche delicate. L'idea alla base del progetto è proiettare corti e film di registi di terre lontane con lo scopo di mostrarne la realtà sociale, economica e culturale senza il filtro dei nostri pregiudizi.

Il principale obiettivo della rassegna è suscitare nello spettatore attenzione e al tempo stesso svilupparne la coscienza critica nei confronti di realtà culturali, geografiche e politiche lontane. Questo proponendo pellicole di registi africani, asiatici e sudamericani o di autori italiani ed europei, anche indipendenti. Ne viene che, oltre ad aprire finestre su mondi di immagini e di registi spesso in ombra rispetto ai grandi circuiti di distribuzione, AUCS riesce ancora a sorprendere lo spettatore attraverso un mezzo fuori dal tempo, il cinema, instaurando un rapporto empatico attraverso realtà lontane che, d'improvviso, avvertiamo vicine.

Un aspetto non da poco, oggi che abbiamo il mondo alla portata di un click ma difficilmente abbiamo la curiosità o la motivazione per avventurarci fuori dai social.

"Ci teniamo a offrire elementi in grado di rendere "Immagini dal Sud del Mondo" unica nel suo genere. Passione, costanza e una particolare attenzione alla ricerca estetica accompagnano il nostro lavoro e lo contraddistinguono".

Jason Ray Forbus

The AUCS Onlus festival is a cinematographic journey: the world can be seen and interpreted from different angles.

Since its foundation in 1986, the non-profit Associazione Universitaria per la Cooperazione e lo Sviluppo Onlus (AUCS) has been active in international cooperation and rural development. It counts on the support of professionals with extensive experience in social anthropology and cooperation, audiovisual and photographic production, as well as agricultural training. This eclectic mix of skills has led the association to focus its efforts in a communication channel - cinema - which has always had the ability to offer a fresh viewpoint on sometimes delicate issues. The basic idea of the project is to screen short videos and films by directors from all over the world with the aim of showing their country's social, economic and cultural life without the filter of our prejudices.

The primary objective of the festival is to gain the audience's attention, while at the same time developing their critical awareness of the cultural, geographical and political reality in distant places. This is accomplished by showing films from Africa, Asia and South America, or by Italian and European directors, including independent productions. The result is that, besides opening windows on whole worlds of images and directors that are often overlooked by the major distributors, AUCS still succeeds in surprising the viewer by means of a timeless medium - cinema - establishing a relationship of empathy with faraway situations which suddenly appear very close to us.

This is remarkable these days, when we have the whole world just a click away but hardly the curiosity or the motivation to venture beyond our social media.

"We're keen to provide content which can make "Immagini dal Sud del Mondo" unique. Passion, tenacity and a specific attention to the search for aesthetics accompany and distinguish our work".

Sabrina Iannucci
Chiara Ernandes
Stefano Frateiacchi
Sandra Gasbarri
Letizia Lucangeli



Mammaroma TV

annapenny90@gmail.com

Una nuova piattaforma web TV gestita da giovani tra i 14 e 19 anni, imperniata sulla vita nei quartieri della capitale.

Forse, più ancora che alla poetica crudele e insieme pietosa delle borgate pasoliniane, più che a certe pellicole di Moretti, Fellini e Verdone, per raccontare il rapporto di amore disperato e odio concreto che i romani provano per la propria città si può ricorrere al celeberrimo recitato di Remo Remotti in *Mamma Roma, addio*.

Una frattura tra abitanti e luoghi abitati, molto evidente nelle periferie e aggravata dalle difficoltà del dialogo tra le culture, che progetti come quello di Mammaroma TV tentano di saldare. L'idea è semplice ma ardua: dare vita a una piattaforma e darla in mano a giovani a cavallo della maggiore età, tutorandoli dopo averli formati nelle mansioni di una produzione televisiva - regia, conduzione, scrittura dei testi - e lasciando loro ampia autonomia creativa nella narrazione di sé e del quartiere che li ospita. Si punta sul lavoro di gruppo e sulla diversificazione della proposta, che abbraccia ogni aspetto della vita del quartiere: dall'arte al mondo del lavoro, dall'informazione cronachistica al dibattito. Una versione aggiornata delle tv locali, che sfrutta la soggettività e i linguaggi giovanili per favorire una nuova consapevolezza del territorio e l'integrazione interculturale, in particolare quella dei ragazzi appartenenti alle cosiddette seconde generazioni.

Attraverso i social network, poi, le singole esperienze del portale trovano infiniti riverberi e connessioni che consentono non soltanto la creazione di una vera e propria città virtuale ma anche l'esportazione della filosofia del portale al di fuori del territorio cittadino.

Non che si auspichi un bieco campanilismo ma un sano orgoglio dell'ambiente abitato, una coscienza del ruolo attoriale dei giovani attraverso l'affrancamento dallo stereotipo e dal pregiudizio.

Simone Ungaro

A new web TV platform run by young people aged between 14 and 19, based on life in Rome's neighbourhoods.

Perhaps more than the cruel yet pious poetry of Pasolini's "borgate", more than certain films by Moretti, Fellini and Verdone, the best illustration of the combination of despairing love and tangible hatred felt by Romans for their city is Remo Remotti's celebrated performance of *Mamma Roma, addio*.

There's a fracture between the inhabitants and the inhabited places, most evident in the outlying areas and aggravated by the difficulty of dialogue between cultures, which projects such as Mammaroma TV are attempting to mend. The idea is simple yet daring: to create a platform and put it in the hands of young people on the verge of adulthood, mentoring them after having trained them in the various tasks of TV production: direction, presenting, scriptwriting - and giving them plenty of creative freedom in their narration of themselves and the neighbourhoods where they live. The focus is on teamwork and diversity of content, which encompasses every aspect of life in the district: from art to work, from chronicle to debate. This is an updated version of the local TV stations, which uses subjectivity and a youthful slant to facilitate a new awareness of the local area and intercultural integration, particularly among young people who belong to the so-called second generation.

Afterwards on social media, the individual experiences featured on the portal find infinite reverberations and connections, leading not only to the creation of a virtual city, but also to the exporting of the platform's philosophy beyond the city's borders.

The aim is not closed-minded localism, but a healthy pride in the urban environment, an awareness of the active role of young people through their liberation from stereotyping and prejudice.



Risotto Amaro

facebook.com/risottoamarodocumentario
ludovicaacampora@gmail.com

Un ex resort di lusso occupato. Il racconto di una realtà sospesa tra un passato scintillante e un presente difficile.

Molti di noi non lo sanno ma a Villaggio Tognazzi, nell'estrema periferia di Torvajonica, c'è un ex stabile di lusso che a partire dagli anni Sessanta è stato il centro della vita mondana estiva della nostra regione. Si chiama "I Tre Delfini" e oggi è un comprensorio occupato da famiglie in difficoltà.

Il Progetto della Mosquito Produzioni, giovane realtà composta da Ludovica Acampora, Gianmarco Lodi, Monica Siclari e Federico Ursitti, racconta proprio questo parallelismo, usando un linguaggio documentaristico che mette in contrasto le due esistenze dello stesso stabile: da una parte il passato, la Dolce Vita e l'immagine patinata e festaiola di un ambiente esclusivo, frequentato da personalità di spicco del mondo dello spettacolo. Dall'altra il presente, che mostra il volto scorticato e decadente di una periferia difficile e spesso dimenticata.

"Risotto Amaro" nasce nel 2016, all'interno di un corso di studi incentrato sulla scrittura per l'audiovisivo, un master della LUISS. Doveva essere un semplice compito per un esame ma grazie alla passione degli ideatori è diventata un'opportunità per raccontare la storia di una realtà abbandonata a se stessa. Un progetto complesso la cui missione è costruire un racconto che accolga delle storie di vita vissuta, lasciando fuori i giudizi facili e superficiali.

L'obiettivo di Mosquito Produzioni è quello di portare alla luce piccole realtà di provincia che mostrino la bellezza nascosta di un luogo poco conosciuto e sottovalutato. Raccontare attraverso una narrazione visiva senza sconti, annullando il più possibile il filtro della telecamera, per esaltare la stretta connessione tra il passato e il presente. Perché le cose e le persone cambiano ma i luoghi rimangono. E raccontano storie a chi le sa ascoltare.

Valentina D'Urbano

A former luxury resort occupied. The tale of a place hanging between a glittering past and a difficult present.

Not many people know this, but in Villaggio Tognazzi, at the far end of Torvajonica, there is a former luxury establishment which has been at the centre of our region's sophisticated summer scene since the sixties. It's called "I Tre Delfini", and today it's a complex occupied by families living in poverty.

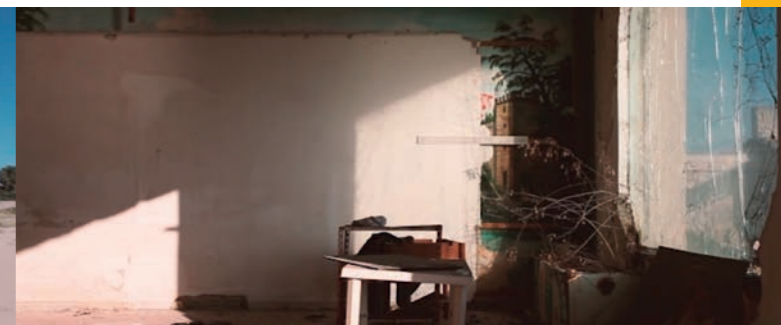
The work by Mosquito Produzioni, a young company made up of Ludovica Acampora, Gianmarco Lodi, Monica Siclari and Federico Ursitti, explores this very parallelism, using a documentary-style language that contrasts the two lives of the same building: on the one hand is the past, the Dolce Vita and the glossy, fun-loving image of an exclusive setting, frequented by leading figures from the world of show business. On the other, the present, displaying the raw and decadent face of an uncomfortable and often forgotten periphery.

"Risotto Amaro" came into being in 2016, as part of a course focused on writing for film, a masters at LUISS University. It was intended as a simple exam project, but thanks to the passion of its creators it became an opportunity to tell the story of a place abandoned to itself. A complex project whose mission is to construct a narrative that encompasses the stories of real lives, discarding facile and superficial judgements.

Mosquito Produzioni's goal is to shine a light on small details of the province that demonstrate the hidden beauty of a little-known and undervalued place. To tell the story through a visual narrative without assumptions, eliminating as far as possible the filter of the camera lens, in order to highlight the close bond between past and present. Because people and objects change, but places remain. And they tell stories to those who know how to listen.



Ludovica Acampora
Gianmarco Lodi
Monica Siclari
Federico Ursitti



Eyes on archives

[linkedin.com/in/alessia-petitto-3b429622](https://www.linkedin.com/in/alessia-petitto-3b429622)
alessiapetitto@gmail.com

Alessia Petitto racconta il suo coraggio di “seguirsi”: l’affascinante storia di una ricercatrice d’archivio di Velletri.

Ci sono storie difficili da raccontare per la loro densità, per la loro importanza. Perché vogliamo renderle come si deve.

Tutto quello che Alessia Petitto mi ha raccontato mi sembrava prezioso ma allo stesso tempo complicato da riportare. Quella di Alessia non è una startup né un’azienda. Ha alle spalle un percorso che sulle prime potrebbe apparire disordinato. Ha 34 anni e ha studiato archeologia dell’Asia Centrale, influenzata dalla scrittura di Terzani. Poi capisce che la sua laurea sarebbe stata difficile da spendere e, prima che la passione la porti a un punto morto, cambia tutto. S’iscrive alla Scuola Holden di Torino e apprende tecniche narrative. Tornata a Roma, muove passi verso un’altra direzione ancora, facendo ricerca di immagini d’archivio per una casa di produzione: inizia a rendere visivi i concetti.

Inaspettatamente, le tornano utili il suo pensare per strati e lo scavo come modus operandi dell’archeologa. Comincia a riconoscersi e a rendersi conto che stava facendo qualcosa di grande, costruendosi addosso il suo mestiere ideale.

Dopo sei anni, e con un contratto a tempo indeterminato, sente che non sta crescendo come vorrebbe. Si licenzia e prende a lavorare per sé, come ricercatrice d’archivio freelance. Passa al setaccio ore e ore di filmati di repertorio cercando storie, testimoni, documenti. E le case di produzione non se la lasciano scappare perché intuiscono il valore di una persona che ha il coraggio di seguirsi.

Alessia ha chiamato il suo progetto “Eyes on archives”: tiene d’occhio quaranta archivi nazionali ed europei e media tra loro e le case di produzione con cui collabora.

Lucidissima, mi dice: “Io risuono di qualcosa, mi porto dietro un certo senso della storia”. Qualcosa di unico, che non le può essere rubato. E che fa parlare.

Martina Germani Riccardi

Alessia Petitto tells her courage in “following herself”: the fascinating story of an archive researcher from Velletri.

Some stories are difficult to tell because of their density and their importance, and because we want to do them justice.

Everything Alessia Petitto told me seemed valuable but at the same time difficult to report. Alessia’s story is not that of a startup or a business. At first glance her journey may appear chaotic. She’s 34 and she studied Central Asian Archaeology, influenced by the writing of Tiziano Terzani. She then realised that her degree would not be remunerative and so, before her passion led her to a brick wall, she changed everything. She registered at the Scuola Holden in Turin and studied narrative techniques. Back in Rome, she moved in yet another direction, researching archive images for a production company, beginning to make concepts visible.

Unexpectedly, her layered approach and digging as the archaeologist’s modus operandi came in handy. She started to find her way and understand that she was doing something important and building her ideal job.

Six years later, and with a permanent contract, she felt she wasn’t growing as she wished. So she quit and started working for herself as a freelance archive researcher. She spends hours and hours sifting through archive material in search of stories, witness accounts and documents. And production companies don’t let her out of their sight because they sense the value of a person who has the courage to follow her own path.

Alessia named her project “Eyes on archives”: she keeps an eye on forty Italian and European archives and mediates between them and the production companies she works with.

With total clarity she tells me: “I resonate with something; I carry a certain sense of history”. Something unique, that cannot be taken from her. And something that gets people talking.



Original Sin

mariaiovine.com
ma.iovine@gmail.com

Una serie di video, realizzati con la tecnica del mash up, indaga su piccole e grandi discriminazioni subite dalle donne.

“Non so se sono prima una montatrice o prima una femminista”. Maria Iovine esordisce con un dubbio identitario. In verità questa trentatreenne casertana ha le idee molto chiare e una grande determinazione. La stessa che le ha permesso di laurearsi con il massimo dei voti in cinema all’Università di Salerno con una tesi sperimentale, un vero e proprio lavoro di montaggio che il professore le aveva caldamente sconsigliato.

La sua risolutezza le fa vincere pure il video-contest legato al bando della Regione Lazio “Innovazione: sostantivo femminile”, a cui partecipa solo a ridosso della scadenza.

“Un’amica mi aveva girato il link del concorso sul tema del rapporto tra donne e innovazione - ricorda Maria - ma i tempi erano stretti per girare un video. Poi ho realizzato che non c’è nessuno più bravo di un montatore a sfruttare il lavoro altrui”. La giovane inizia a cercare sul web materiale senza copyright e confeziona il video “Favole in aggiornamento”, nel quale passa in rassegna tutti gli stereotipi con cui crescono le bambine, per poi ribaltarli nel finale. Questa clip viene inclusa nel progetto più ampio “Original Sin”, che raccoglie filmati sulle tematiche femminili, in particolare sulla violenza di genere e le discriminazioni basate sul sesso, rilasciati con la licenza Creative Commons che consente il libero utilizzo.

L’ultimo lavoro di Maria, “In her shoes”, è un corto di 15 minuti ideato per il Premio Zavattini 2017 sul riuso creativo del cinema. Attraverso il materiale messo a disposizione dall’Archivio del Movimento Operaio e dall’Istituto Luce, ripercorre la storia del femminismo, invertendo i protagonisti.

Domenico, che vive in una società dominata da donne in cui subisce continue ingiustizie, prende parte a un movimento di liberazione maschile per avere pari opportunità.

Serena Berardi

A series of videos made using the mashup technique, examines the small and large-scale discrimination suffered by women.

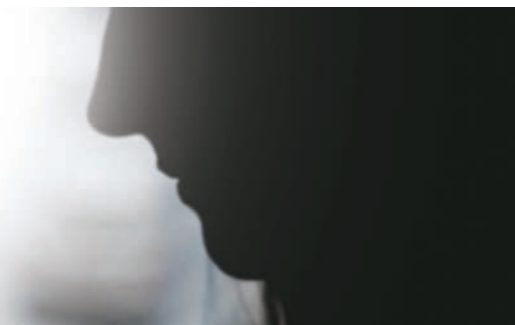
“I’m not sure whether I’m first an editor, or a feminist”. Maria Iovine debuts with a dual identity. The truth is that this 34-year-old from Caserta has extremely clear views and enormous determination. The same determination that got her a first-class degree in filmmaking at Salerno University with an experimental thesis, a true piece of montage that her professor had heartily advised against.

Her tenacity also led her to win the video contest in the Lazio Region’s competition “Innovazione: sostantivo femminile”, which she entered at the very last minute before it closed.

“A friend of mine sent me the link for the competition on the theme of women’s relationship with innovation”, Maria recalls, “but time was short to shoot a video. Then I realised there’s nobody better than an editor to exploit other people’s work”. The young woman began searching the internet for material out of copyright and put together the video “Favole in aggiornamento”, which lines up all the stereotypes girls grow up with, only to overturn them in the final. This clip is part of the wider project “Original Sin”, a series of videos on women’s issues, particularly gender violence and discrimination, released on a Creative Commons licence which allows free use.

Maria’s latest work, “In her shoes”, is a 15-minute short film conceived for the 2017 Zavattini Prize for the creative reuse of film. Using material made available by the Archivio del Movimento Operaio and the Istituto Luce, she traces the story of feminism, but with the protagonists reversed.

Domenico lives in a society dominated by women, in which he suffers continuous injustice, and gets involved in a men’s liberation movement to fight for equal opportunities.



PhD Films

thea.marti@gmail.com

Casa di produzione di film di genere in ottica femminile, emersa dalla visione insolita di una giovane regista e produttrice.

Il termine "surreale", secondo la Treccani, esprime o evoca il mondo dell'inconscio, del sogno. Cerco di comprendere quale definizione possa racchiudere l'idea di Thea Marti. È fatta della stessa materia di cui sono fatti i sogni ma non è surreale, anche se questa dimensione anima il suo peregrinare per l'Europa e il mondo. Parte dall'Ucraina alla scoperta di un'Europa di stimoli culturali e artistici. Appassionata della forma breve, i successi dei suoi corti le rischiarano la via come piccole stelle, orientandola verso qualcosa di più grande.

Alle spalle gli studi universitari in lingue orientali, il fascino discreto ma incalzante dell'alterità, dimensioni nuove che sono accesso a diversi strati di cultura, a insoliti modi di vedere le cose.

L'Italia diventa porto da cui salpare per altri paesi, tra cui la Francia - dove lavora alla produzione per Jodorowsky - e il Messico, dove svolge una tesi di ricerca dedicata al regista Luis Buñuel. Il surrealismo ispira la sua vita interiore, l'esigenza di andare oltre il convenzionale. "PhD Films" è il suo dottorato, quello che non ha mai fatto nonostante una corposa formazione accademica. Lo sta facendo da sé, grazie al sostegno di un Fondo per le Politiche Migratorie del Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali.

"PhD" come *psychedelic*, secondo il dizionario Sabatini Coletti, effetto di allargamento della coscienza e superamento della realtà. In questo caso proiezione concreta di una visione quasi onirica: una startup per incrementare la produzione del cinema di genere in Italia attraverso una rete di contatti europei e internazionali. Soprattutto per donne che in un questo settore sono perle rare ma di cui lei scorge il valore. Nello stato ordinario di coscienza tutto questo sarebbe surreale ma "PhD Films" è una realtà che ha superato il sogno.

Elisa Cappai

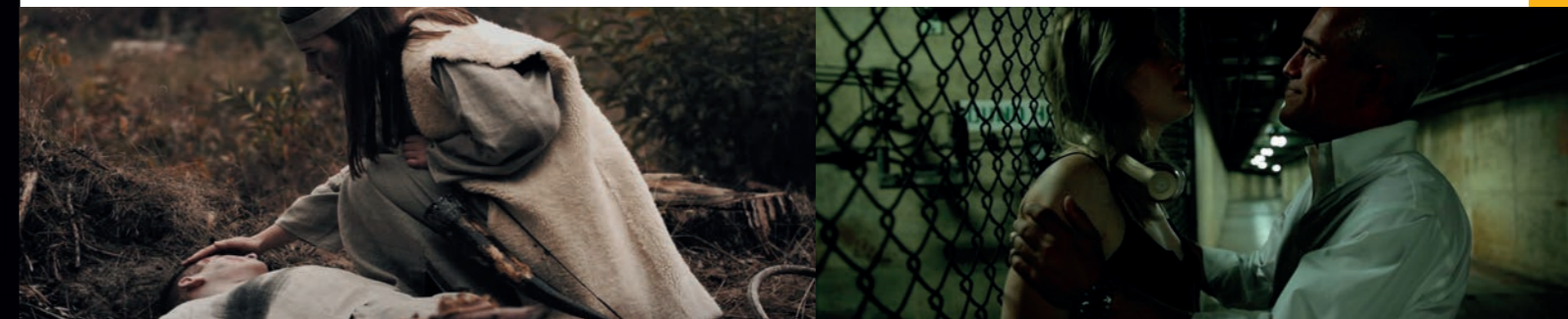
Production company for films with a women's viewpoint, from the original vision of a young female director and producer.

According to Treccani, the term "surreal" expresses or evokes the world of the subconscious, of dreams. I have trouble understanding what definition could be applied to Thea Marti's idea. It's made of the same stuff as dreams are, but it's not surreal, even if this dimension impels her wanderings in Europe and the world. She left Ukraine to discover a Europe of cultural and artistic stimuli. Passionate about the short format, the success of her films lit up her road like little stars, guiding her towards something bigger.

Behind her are her university studies in Oriental languages, a modest but insistent fascination with otherness, new dimensions that give access to different layers of culture, to original ways of seeing things.

Italy becomes the port from which to embark for other countries, including France - where she worked in production for Jodorowsky - and Mexico, where she wrote a research thesis on the director Luis Buñuel. Her inner life is inspired by surrealism, the need to go beyond the conventional. "PhD Films" is her doctorate, which she has never taken, despite considerable academic training. She's doing it herself, thanks to support from a Fund for Migration Policy from the Ministry of Labour and Social Policy.

"PhD" as in *psychedelic*, according to the Sabatini Coletti dictionary, the effect of expanding the consciousness and overcoming reality. In this case, it's the concrete projection of an almost dreamlike vision: a startup that aims to increase the production of women's film in Italy through a network of European and international contacts. Above all for women, who are rare gems in this sector, but whose value she sees clearly. In a normal state of consciousness, all this would be surreal, but "PhD Films" is an entity that goes beyond dreams.



Interno 36 - Semi d'arte

interno36.com
interno36@gmail.com

Al centro di Frosinone, un collettivo artistico, un coworking aperto alla cittadinanza per una rivoluzione culturale.

Prende il nome dal numero civico della sede del collettivo artistico, in via del Plebiscito, nel centro storico di Frosinone, una zona in cui molte attività hanno chiuso e ci sono pochi locali aperti. L'idea iniziale del collettivo, la Fondazione, risale al 2 aprile di due anni fa quando i primi tre componenti del gruppo si sono uniti. E poi, al compimento del primo anno di vita, Interno 36 ha lanciato il progetto culturale "Semi d'arte", diventato un evento annuale aperto alla cittadinanza che intende anche tessere una rete tra artisti, creativi, makers e artigiani.

Un gruppo affiatato di giovani che è andato via via ampliandosi fino ad arrivare a sette componenti tra fotografi, videomaker, una restauratrice, una pittrice e uno sceneggiatore e produttore cinematografico. Tutti in uno stesso spazio solo apparentemente disordinato: un'alleanza tra diverse professionalità che porta a collaborazioni e nuove idee.

C'è la parte lavorativa del coworking e quella tesa verso la città, con l'organizzazione di corsi, laboratori per studenti ed eventi. La loro parola d'ordine è infatti "contaminazione", per creare una piattaforma di arte totale. Un progetto artistico vivo, fiorente e riconosciuto che vuole dar vita a una rete di contatti lavorativi ma che è anche aperto alla comunità.

Frosinone non è una città che vive di cultura - benché ci sia una nicchia molto attenta e ricettiva - ma "Interno 36" vuole puntare proprio su questa risorsa. E intende farlo con umiltà, mirando all'inclusione di tutti. Il legame con il territorio porta i ragazzi di "Interno 36" nelle scuole della provincia per corsi e laboratori, fa aprire le porte dello Studio per mostre e appuntamenti con l'obiettivo di fare la propria parte per una piccola rivoluzione culturale.

Caterina Grignani

In the centre of Frosinone, an art collective and co-working project open to citizens for a cultural revolution.

The art collective takes its name from the street number where it is based in via del Plebiscito, in the historic centre of Frosinone, a district where many businesses have closed and very few doors remain open. The initial idea of the collective - the Foundation - dates back to 2nd April two years ago, when the first three members of the group came together. And then, on completion of the first year's activity, Interno 36 launched the "Semi d'arte" cultural project, now a yearly event open to the citizens of Frosinone, with the aim of weaving a network between artists, creatives, makers and artisans.

This is a close-knit group of young people that has gradually grown to consist of seven members, including photographers, videomakers, a restorer, a painter and a scriptwriter and film producer. All in a single space that only appears chaotic: it's an alliance of different professions that leads to collaboration and new ideas.

There's the co-working part, and the part geared to the city, with the organization of courses, workshops for students and events. Their watchword is actually "contamination", to create a total art platform. A lively, flourishing project that seeks to create a network of work contacts but which is also open to the community.

Frosinone is not a city that lives on culture - although there is a highly receptive niche audience - but "Interno 36" seeks to focus on this very resource. And it intends to do so with humility, aiming for full inclusion. Their ties to the local area take the artists from "Interno 36" into the province's schools to run courses and workshops, and opens the studio's doors for exhibitions and events, with the aim of doing their bit in a small cultural revolution.



Giacomo De Angelis
Gioia Onorati
Claudia Mancone
Sara Carturan
Riccardo Lancia
Gianmarco Testani



Defected

cirogalluccio.com
c.galluccio@alice.it

Ciro Galluccio, fotografo di Tivoli, esalta la bellezza dell'imperfezione, usando l'oro per evidenziarla e impreziosirla.

"Fin da quando siamo piccoli veniamo educati alla distinzione di dualismi antitetici tra loro che ci portano a riconoscere il giusto dallo sbagliato, il buono dal cattivo, il bello dal brutto. È proprio da questi contrasti che prende vita la catalogazione canonica quasi impostaci dalla cultura e dalla storia umana".

Con queste parole, nella sua tesi universitaria in Graphic Design, *Ciro Galluccio* apre la strada alla poetica del "bello dell'errore", che trova la sua piena maturazione nel progetto "Defected".

Galluccio, dopo la formazione in grafica alla RUFA - Rome University of Fine Arts e l'esperienza in Inghilterra con l'Erasmus, ha focalizzato le sue ricerche estetiche nell'ambito fotografico.

"Defected" comprende una serie di scatti caratterizzati da una medesima inquadratura e da una doppia illuminazione, naturale e artificiale, in cui i protagonisti sono esseri umani imperfetti, icone anticlassiche di una bellezza non canonizzata. Spesso emarginati o additati come diversi, questi uomini e queste donne trovano nel ritratto una magra consolazione: attraverso l'uso dell'oro - considerando la diversità un valore aggiunto da marcare e non da nascondere - Galluccio sottolinea, o meglio impreziosisce le cicatrici, cura le imperfezioni e le tracce visibili di una bellezza non standardizzabile.

Nel progetto di *Ciro Galluccio* è evidente il richiamo alla pratica giapponese del kintsugi; con questa tecnica si è soliti far risaltare con l'oro le spaccature di un oggetto in ceramica frantumato, rilevando così le nuove nervature create dalla casualità dell'evento di rottura.

Analogamente, Galluccio ripercorre con l'oro le tracce delle fratture fisiche ed emotive dei protagonisti dei suoi ritratti, affermando iconograficamente la "bellezza dell'imperfezione".

Simona Pandolfi

Tivoli photographer *Ciro Galluccio* exalts the beauty of imperfection, using gold to highlight and embellish it.

"From a very early age we are trained to distinguish antithetical dualism, leading us to tell right from wrong, good from bad, beautiful from ugly. It is from these very contrasts that the accepted cataloguing emerges which is practically forced on us by our culture and by human history".

With these words in his university thesis on Graphic Design, *Ciro Galluccio* opens the way to the poetry of the "beauty of error", which finds its full expression in his project "Defected".

Following his training in graphics at the RUFA - Rome University of Fine Arts and his experience in England with the Erasmus programme, *Galluccio* focused his aesthetic research on the field of photography.

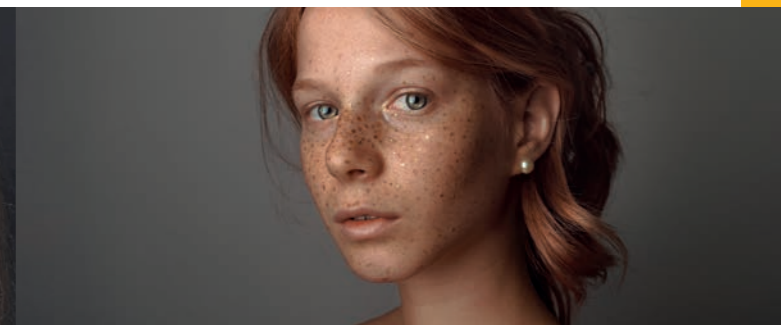
"Defected" consists of a series of shots characterized by identical framing and dual lighting - both natural and artificial - in which the protagonists are imperfect human beings, anti-classical icons of a beauty that lies outside the canon. Often marginalized or held up as different, these men and women find meagre consolation in their portraits: through the use of gold - and considering diversity to be an added value to be marked and not hidden - *Galluccio* highlights, or rather embellishes, scars, remedies imperfections and the visible traces of a beauty impossible to standardise.

In *Ciro Galluccio's* work there is a clear reference to the Japanese practise of kintsugi; this technique uses gold to emphasise the cracks in broken pottery, revealing the new veining created by chance in the moment of breaking.

In similar fashion, *Galluccio* uses gold to outline the traces of physical and emotional fractures in his subjects in an iconographic affirmation of the "beauty of imperfection".



Ciro Galluccio



Sachertorte

facebook.com/teatrolavvelenata
amelia.dicorso@libero.it

Pièce per cinema e teatro, realizzata dalla compagnia Teatro L'Avvelenata. Una riflessione sulla Shoah per licei e istituti.

Un giorno, quello del compleanno di Ilse. Un salotto, il suo. Una famiglia riunita per l'avvenimento, intenta a preparare la torta Sacher. Otto individui, un agglomerato eterogeneo sotto lo stesso tetto di una donna-nonna-madre dall'oscuro passato. Basta una scintilla incandescente, innescata dal nipote e carica di non detti, perché il calore di un dolce si trasformi nel freddo campo di battaglia delle parole. Il mito è accettato come sacro e inscalfibile tabù perché crea coesione tra gli individui appartenenti allo stesso nucleo, ogni attacco viene arginato in quanto lesivo dell'identità.

Il rito familiare del compleanno, di cui scrivono Maurizio Andolfi e Claudio Angelo (in "Tempo e mito della psicologia familiare") come elemento rappresentativo del mito familiare (racconti, segreti, leggende familiari) ha una funzione di mantenimento o di potenziale cambiamento (scintilla incandescente).

"Sachertorte", testo e regia per il teatro di Amelia Di Corso, è la prima riunione della compagnia Teatro L'Avvelenata, gruppo di attori, musicisti, registi e drammaturghi. La storia che portano in scena prova a ribaltare il "punto di vista" sulla Storia, in particolare sulla Shoah, dando voce a una famiglia tedesca accerchiata intorno a una grande madre.

Il Teatro all'interno del progetto "Saper pensare... per poter essere" propone la pièce alle classi del triennio dei licei e degli istituti superiori perché "è un input a una discussione guidata, volta a insegnare ai ragazzi come si formula e si espone una tesi, come si prende in considerazione il punto di vista altrui", affermano i curatori.

"Sachertorte" è stato selezionato tra i finalisti del premio Scintille 2016. La compagnia ha inoltre realizzato una versione cinematografica dello stesso testo con regia di Leopoldo Medugno.

Maria Teresa Sammarco

A piece for cinema and theatre, produced by the Teatro L'Avvelenata company. A reflection on the Holocaust for schools and institutes.

A day, Ilse's birthday. A living room, hers. A family come together for the occasion, ready to prepare a Sachertorte. Eight individuals, a heterogeneous gathering under the roof of a woman-mother-grandmother from the obscure past. All it takes is a glowing spark, lit by a grandson and loaded with the unsayable, to turn the warmth of cake-baking into a cold battle of words. The legend is accepted as a sacred and untouchable taboo because it creates cohesion between individuals belonging to the same nucleus, and any attack on it is shut down as damaging to the group identity.

The family ritual of the birthday, written about by Maurizio Andolfi and Claudio Angelo "in Tempo e mito della psicologia familiare" as a representative element of the family myth (stories, secrets and legends), has a function of maintenance or potential change (the glowing spark).

"Sachertorte" - written and directed for theatre by Amelia Di Corso - is the first production by the Teatro L'Avvelenata company, a group of actors, musicians, directors and playwrights. The story they bring to the stage attempts to overturn the "point of view" on history, in particular on the Holocaust, by giving a voice to a German family gathered around a powerful mother.

As part of the project "Saper pensare... per poter essere", the company offers the work to high school classes of the last three years, because "it's a contribution to a guided discussion, which aims to teach students how to formulate and expound a thesis, how to take others' viewpoints into consideration", state the producers.

"Sachertorte" was selected as a finalist for the 2016 Scintille Prize. The company has also made a film version of the same text, directed by Leopoldo Medugno.



Amelia Di Corso
Leopoldo Medugno
Paola Cultrera
Agnese Fois
Mariateresa Pascale
Alessio Esposito
Tatjana Nardone
Alessandro De Feo
Emma Ruggin



Mamma racconta

facebook.com/MammaRacconta
distalex@hotmail.it

Un cortometraggio auto-prodotto che ripercorre il lutto di una madre, trasformando il dolore in una forza incontenibile.

“Ho sempre vissuto il cimitero in modo strano, fin da bambino temevo potesse contaminarmi. Quando ci andavo trattenevo il respiro”. Esordisce così Luca, prima di raccontarmi che al centro del suo cortometraggio c'è proprio un cimitero, quello di Patrica, in Ciociaria. L'avversione per i cimiteri finisce il giorno in cui Luca dà in ultimo dono alla nonna un anello cui è molto affezionato. Esorcizzando così il cimitero che per lui diventa luogo di riflessione; ci passa il tempo, ne conosce i visitatori fino a che una donna cattura la sua attenzione.

“Mi ha colpito la sua forza d'animo, stava lì come un guardiano e mi affascinava”. La donna si reca ogni giorno davanti alla tomba del figlio ma non si limita ad andarlo a trovare. Veglia su di lui, “non permetterò più a nessuno di mancargli di rispetto”, spiega al regista.

Luca ha studiato alla Romeur Academy e al Cineteatro, ha fatto esperienza su vari set, co-diretto due film. Questo è il suo terzo cortometraggio, interamente auto-prodotto.

Dieci giorni prima delle riprese di “Mamma racconta”, l'attrice scritturata abbandona il progetto per ragioni personali e Luca si ritrova con il set allestito e una assenza fondamentale. Spunta Federica quasi per caso, riceve la sceneggiatura da un amico. Stefano, il figlio perduto dalla donna che le si chiede di interpretare, è il nome del padre perduto.

“Dalle parti di Patrica è nata la mia mamma, ma nella storia sentivo papà, era come se tutto si stesse collegando, una sensazione molto profonda”.

Dall'unione di queste sinergie nasce così un corto sperimentale, diverso dai precedenti lavori di Luca e di cui si sorprende lui stesso. Ad arricchirlo, inquadrature non convenzionali, “taglio perché questa donna ha talmente tanto dentro di sé che l'inquadratura non può riuscire a contenerla”.

Anna Giurickovic Dato

A self-produced short film that follows a mother's bereavement, turning sorrow into an irrepressible force.

“I've always had an unusual view of the cemetery; from childhood I was afraid of contamination. When I went there I held my breath”. These are Luca's first words, before telling me that at the centre of his short film there is in fact a cemetery, the one in Patrica, in the Ciociaria area. His aversion to cemeteries ended on the day Luca gave his grandmother as last gift a ring he was very fond of. In this way he exorcised the cemetery, which became a place of reflection for him: he spent time there and got to know its visitors, until a woman captured his attention.

“I was struck by her spiritual strength, she stood there like a guardian and it fascinated me”. The woman comes every day to her son's grave, but she doesn't stop at visiting. She watches over him, “I won't let anyone disrespect him any more”, she tells the film director.

Luca studied at the Romeur Academy and at Cineteatro, has experience on several sets and has co-directed two films. This is his third short, entirely self-produced.

Ten days before shooting “Mamma racconta”, the actress cast for the role quit the project for personal reasons and Luca found himself with the set ready to go and missing the essential component. Federica turned up almost by chance, having received the script from a friend. Stefano, the lost son of the woman she was asked to play, is the name of her late father.

“My mother was born near Patrica, but I felt my father in the story, it was as if everything was connecting, a very deep feeling”.

From the conjunction of this synergies comes an experimental short film, different from Luca's previous work, and which he himself is surprised by. It is enriched by unconventional shots: “I had to edit it because this woman has so much inside her that the frame can't contain her”.

Luca Alessandro
Jessica Tiberi
Federica Flavoni
Matteo Maione



Opere Prime

opereprime.org
info@opereprime.org

Un magazine dedicato agli esordi, con l'obiettivo di colmare il gap tra artisti emergenti e produzioni cinematografiche.

Una sfida stimolante: provare a cambiare l'approccio al mondo del cinema, rendendolo più immediato, sia per gli autori che cercano l'attenzione delle produzioni cinematografiche sia per il grande pubblico che ora ha l'opportunità di conoscere le realtà emergenti della settima arte.

È così che nel 2016, l'associazione romana Road To Pictures Film fonda "Opere Prime", un magazine cinematografico dedicato al mondo degli esordi italiani e internazionali che - attraverso interviste, recensioni, curiosità e molto altro - crea una connessione tra il mondo degli autori emergenti e quello delle grandi produzioni cinematografiche.

Farsi notare in questo ambiente non è facile e spesso i fondi per le piccole produzioni sono scarsi. I ragazzi di Road To Pictures Film conoscono bene il settore; sono tutti operatori già inseriti nell'ambiente o studenti di cinema, ognuno con le sue competenze e le sue diversificazioni ma con un obiettivo comune: valorizzare il talento di giovani autori emergenti.

Per questo, dopo l'esperienza già ben avviata di "Opere Prime", Road To Pictures Film ha creato un'altra occasione di incontro, per rendere tangibile l'avvicinamento tra artisti e produzioni: Si chiama "Pitch in the Day", ed è il più grande speed date del nostro Paese in cui gli autori esordienti hanno la possibilità di incontrare i grandi produttori italiani e proporre nuove storie e nuove idee.

L'intuizione di "Pitch in the Day" si è rivelata da subito vincente: grazie a questi incontri, sono già in fase di lavorazione diverse opere cinematografiche di lungometraggio.

Col suo lavoro, la Road To Pictures Film dimostra che il mondo del cinema è ancora una fucina di idee e talenti innovativi. Basta saperli portare alla luce.

Valentina D'Urbano

A magazine dedicated to new talents, trying to bridge the gap between emerging artists and cinema producers.

A stimulating challenge: attempting to change the approach to the world of cinema, making it more "immediate" both for new artists seeking the attention of cinema producers and for film-goers, giving them the chance to get to know emerging talents of the "seventh art".

In 2016 the Rome-based association Road To Pictures Film founded "Opere Prime", a cinema magazine dedicated to new Italian and international film talent. Through interviews, reviews, fun facts and much more, the magazine creates a link between the world of emerging artists and that of major film producers.

It is not easy to get oneself noticed in this world, and funding for small-scale productions is lacking. The youngsters behind Road To Pictures Film know the industry well: either they are cinema operators of one kind or another already working in the milieu, or students of cinema. They all have their own skills and peculiarities, but share a common goal: that of giving value to the talent of young artists.

With the "Opere Prime" initiative up and running, Road To Pictures Film thought up another way of promoting young talent, and bringing artists and producers closer together: "Pitch in the Day" is Italy's largest "speed date" event, when writers and artists just starting out get the chance to meet major Italian producers and "pitch" new stories and new ideas.

The idea behind "Pitch in the Day" has proved to be a winner right from the outset: thanks to these meetings, a number of full-length feature films are already in the production stage.

With the work it has done, Road To Pictures Film has shown that the world of cinema is still a hotbed of new ideas and talents. All it needs is someone to unearth them.



Manuela Ianniello
Ciro D'Emilio
Camilla Di Spirito
Rosa Antonella Cannata
Francesco Milo Cordeschi
Sofia Peroni



LAZZI

Startup
creative

LAZIO
CREATIVO

Ragione o Fantasia?

Reasoning or Imagination?

Capacità produttiva della ragione o della fantasia. È la definizione di creatività del dizionario di Google. La Treccani aggiunge: è “sensibilità ai problemi, produrre idee, originalità, capacità di sintesi e di analisi, definire e strutturare in modo nuovo le esperienze e le conoscenze”.

Il singolo individuo è creativo quando è originale, è visionario, sintesi e catalizza nella produzione di qualcosa di nuovo o fatto in una maniera nuova.

La Startup ovvero l'impresa è allora una collettività.

Oltre alle suddette qualità, deve essere organizzata, deve rispondere alle esigenze di tanti interessi e bisogni: gli shareholder e gli stakeholder. E deve lasciare un segno di progresso. Per farlo, deve avere la fantasia a fianco della ragione. In una dialettica senza soluzione di continuità, l'impresa è creativa quando vanno a braccetto l'originalità col senso degli affari, la capacità di innovare processi e prodotti col creare occupazione, quando la “manifattura” - anche la più intellettuale - si coniuga col lavoro di squadra, coll'accrescimento collettivo e con la creazione di valore e la remunerazione del capitale. Il creativo capisce il mondo, l'impresa creativa lo cambia.

Qui abbiamo selezionato le dieci startup che più coniugavano Ragione e Fantasia.

“The productive capacity of reasoning or of the imagination” is the definition of creativity given in the Google dictionary. For Treccani it is also: “a sensitivity to problems, the production of ideas, with originality and an ability to be concise and analytical, to define and arrange experiences and knowledge in new ways”.

The individual is creative when he is original, a visionary, condensing and catalysing in production something new or something done in a new way.

The Startup, or enterprise, is accordingly a community.

In addition to the above-listed qualities, it must be organised, and meet the needs of many interests and drives (shareholders and stakeholders). And it must leave a sign of progress. To do so, imagination must work alongside reasoning. In a seamless dialogue, the enterprise is creative when originality goes hand in hand with a business sense, when the ability to innovate processes and products creates jobs, when “craftsmanship” - including the most intellectual one - is combined with team work, collective growth, creation of value and a return on capital. Creative people understand the world, the creative enterprise changes it.

Here is a selection of ten startups that best combine Reasoning and Imagination.

Fabio Severino

PhD e MBA, è senior advisor di “Oltre venture”, vicepresidente dell'Accademia Nazionale di Danza, consigliere d'amministrazione dell'Istituzione Biblioteche di Roma, amministratore di Yocandra, studio di marketing e management culturale, editorialista per *Artribune*, autore Treccani. Già docente di Economia e Gestione delle Imprese Culturali (2004-2017), editor di “Economia della Cultura” (Il Mulino), visiting Professor alla Christie's Education e all'Ecole Supérieure du Commerce de Saint Etienne. Tra le sue pubblicazioni: *Marketing dei libri* (per Bibliografica); *Sette idee per la cultura* (Labititalia); *Economia e marketing per la cultura*; *Heritage Marketing*; *Un marketing per la cultura*; *Comunicare la cultura* (questi ultimi, tutti pubblicati dalla casa editrice FrancoAngeli).

PhD and MBA, he is senior advisor to “Oltre venture”, vice president of the Accademia Nazionale di Danza (National Dance Academy), board director of the Istituzione Biblioteche of Rome (Libraries of Rome's Foundation), director of Yocandra, a cultural marketing and management firm, columnist for *Artribune*, and a contributor to Treccani. Former lecturer in Economics and management of cultural enterprises (2004-2017), editor of “Economia della Cultura” (Il Mulino), visiting Professor at Christie's Education and Ecole Supérieure du Commerce in Saint Etienne. His publications include: *Marketing dei libri* (for Bibliografica); *Sette idee per la cultura* (Labititalia); *Economia e marketing per la cultura*; *Heritage Marketing*; *Un marketing per la cultura*; *Comunicare la cultura*; all published by FrancoAngeli.



Paolo Petrinca
Claudio Di Giulio

Omica

omica.it
info@omica.it

Startup innovativa che pone la tecnologia al servizio dell'arte, grazie a fluorescenza e riflettografica ultravioletta.

La storia della startup "Omica" viene da lontano, da quando due colleghi, entrambi laureati in Fisica, collaboravano a un progetto di ricerca in Argentina per lo studio dei raggi cosmici. Oltre a diventare grandi amici, Pier Paolo Petrinca e Claudio Di Giulio hanno ampliato le loro competenze tecniche sull'analisi della luce ultravioletta.

Trasformando le conoscenze scientifiche in qualcosa di tangibile. Prendendo come modello alcune metodologie di monitoraggio di opere d'arte, come la fluorescenza e la riflettografica ultravioletta, hanno ideato uno strumento che consente di effettuare misure più precise e accurate. L'idea, che pone l'innovazione scientifico-tecnologica al servizio dell'arte, ha vinto l'edizione 2015 del bando Fondo della Creatività della Regione Lazio. Grazie al contributo regionale, Paolo e Claudio hanno avuto i mezzi per produrre un sistema di monitoraggio dello stato di conservazione delle opere d'arte di cui hanno depositato un brevetto e un marchio internazionale.

L'elemento fondamentale per il successo è la costanza che si dedica nel raggiungimento dell'obiettivo. "Questo è stato l'elemento chiave che, a distanza di 10 anni, ha permesso lo sviluppo di quella che in principio era solo un'idea. L'innovazione accende e mette in moto il processo di creatività che da solo si limita a produrre buone idee". Ora il prossimo obiettivo di "Omica" è la commercializzazione dello strumento in Italia e all'estero.

Nonostante l'Italia sia il primo Paese al mondo per patrimonio culturale, nella classifica dei Paesi con più brevetti nell'ambito della conservazione e tutela dei beni culturali, occupiamo appena la sedicesima posizione, con tre brevetti depositati su oltre duemila.

"Crediamo che il nostro progetto sia il primo passo di un percorso che ci può portare a ridurre questo gap".

Jason Ray Forbus

An innovative Startup that puts technology at the service of art thanks to fluorescence and ultraviolet reflectography.

The history of the "Omica" startup is a long one, going back to when two colleagues, both physics graduates, were working on a research project in Argentina, studying cosmic rays. As well as becoming close friends, Pier Paolo Petrinca and Claudio Di Giulio fine-tuned their technical skills in the sphere of ultraviolet light.

Turning scientific knowledge into something tangible. They took as a model some methods used to monitor works of art, such as fluorescence and ultraviolet reflectography, and devised an instrument for making more precise and accurate measurements. This idea, putting scientific and technological innovation at the service of art, won the 2015 edition of the Creativity Fund call for ideas promoted by the Lazio Region. Thanks to the regional grant, Paolo and Claudio have had the resources to produce a system to monitor the state of preservation of works of art. The system has been patented and granted an international trademark.

The key to success is the perseverance shown in pursuing the goal. "This was the key element which, over a 10-year period, made it possible to develop what was at the beginning merely an idea. Innovation lights up and sets in motion the creative process, which in itself is only useful for producing good ideas". "Omica's" next goal is to market the instrument in Italy and abroad.

Although Italy is the world's leading nation in terms of cultural assets, in the ranking of nations having more patents in the field of conservation and preservation of the cultural heritage it lies in sixteenth place, with three patents filed out of a total of more than two thousand.

"We believe our project is the first step on the way to narrowing this gap".




DEEP LIGHT-ART

Vagabondblu Light

sabinabelfioreluovich.com
sabina.belfiore@gmail.com

Progettazione e realizzazione di sculture luminose a led con struttura in rame trafilato. Bassi consumi e forte impatto.

Sabina Belfiore Lucovich ha iniziato tardi a lavorare come designer, dopo aver studiato arte. È stata per anni art director e graphic designer free lance, con una grande passione per il linguaggio della luce.

L'idea, ispirata alle luminarie delle feste religiose, nasce nel 2011: ridefinire in chiave contemporanea e con rigore formale l'utilizzo di quella memoria e farla risplendere in un tempo nuovo con la stessa forza evocativa.

Bisognava progettare da zero. Non c'era un precedente nel lighting tradizionale né modelli di riferimento. Centinaia di micro led montati a nudo su una linea di rame di 5 millimetri. Un sistema flessibile, low energy, dotato di dimmer, puntini di luce delicata, dal grande impatto scenografico.

L'obiettivo era quello di farne un'opera tecnologicamente sofisticata ma non aliena, facile nell'uso e in dialogo aperto con lo spazio e l'architettura. Di giorno la bellezza del rame, al buio quella della luce, con tutti i suoi riflessi e le dissolvenze. Una creatura evoluta che avesse lo stesso potere seduttivo delle luminarie ma poco incline al sentimentalismo.

Iniziano i primi esperimenti impossibili, poi quattro impetuose stagioni di prototipi, fra artigiani romani, università e tecnici, fino a quando, grazie al contributo della Regione Lazio tramite il bando Fondo della Creatività, il progetto riesce a raggiungere una piccola ma perfetta filiera. Il risultato è una pittura ipnotica, una scultura eterea e fluttuante in cui la parte strutturale e quella tecnologica si fondono con eleganza. Oggi le opere di Sabina, luminarie reinterpretate e aggiornate al XXI secolo, sono sculture luminose rivolte alla valorizzazione di spazi storici e contemporanei ma anche insoliti e semplici, versatili in tutte le scale dell'interior.

Simone Ungaro

Design and creation of LED light sculptures with a drawn-copper structure. Low consumption, big impact.

Sabina Belfiore Lucovich took her time moving into design work, after having studied art. For years she was a freelance art director and graphic designer, having a passion for the language of light.

Her idea, inspired by "luminarie", the illuminations used in religious festivals, came in 2011: to re-imagine in a contemporary key and with formal rigour the use of that memory, and to make it shine in a modern day setting, with the same evocative impact.

The design would have to start from scratch. There was no precedent in traditional lighting, no models to follow. Hundreds of micro LEDs mounted on a copper line 5 millimetres in width. A flexible, low-energy system, endowed with dimmers and delicate light points, with a big scenic impact.

The aim was to create a technologically sophisticated but not alien work of art, easy to use and in an open dialogue with the surrounding space and architecture. By day the beauty of the copper, by night that of the light, with all its hues and shadows. An evolved creature that had the same charm as the old illuminations, but a minimum of sentimentalism.

The first experiments started, then four busy years of prototypes, involving Roman craftsmen, universities and engineers. Then, thanks to the grant from the Lazio Region awarded by the Creativity Fund call for ideas, the project reached a small but perfect production chain. The result is a hypnotic painting, an ethereal and fluctuating sculpture, in which the structural and technological parts blend elegantly. Today Sabina's works, "luminarie" re-imagined and brought into the 21st century, are light sculptures designed to enhance spaces both historical and contemporary, or simple and unusual. Versatile in all interior design settings.



Portatelovunque

portatelovunque.it
info@portatelovunque.it

Chiara crea le sue borse con materiali di recupero e le realizza interamente a mano, lasciandosi ispirare dalla musica.

Mute da sub, tappezzerie fuori uso di vecchie auto d'epoca, ombrelli dimenticati che non si aprono più. Questi sono alcuni dei materiali con cui lavora Chiara Di Cillo, la giovane designer creatrice di "Portatelovunque". Laureata in Architettura e specializzata in Design, fin da bambina ha sempre sentito una forte propensione per la creatività e per i lavori manuali ma soprattutto per il recupero dei materiali di scarto. Dove gli altri vedevano un oggetto ormai fuori uso, Chiara vedeva una possibilità. Intuiva il potenziale nascosto di vecchie cose apparentemente inservibili. È così che ha iniziato a sperimentare, ricavando la sua prima borsa dal taglio di una muta da sub.

Le sue borse sono versatili. Assomigliano a dei 33 giri, da tracolle si trasformano in zaini, indossano sorrisi di stoffa intercambiabile. Sorrisi. È così che Chiara chiama le tasche a contrasto applicate su ogni borsa. Ogni creazione è diversa dall'altra e viene associata a un brano di rock anni '70, di cui Chiara è grande appassionata. Ma "Portatelovunque" non si differenzia dagli altri solo per lo stile: c'è anche l'ecosostenibilità e la responsabilità etica del progetto. Tutti i prodotti sono rigorosamente fatti a mano, dal taglio dei pezzi alle cuciture finali, realizzate da un'impresa sociale che lavora con donne provenienti da percorsi di fragilità.

Con il passare del tempo, alla prima collezione si sono aggiunti altri oggetti: pochette, bustine, mousepad, portabottiglie. Pezzi unici, originali, sempre sorridenti.

La filosofia di Chiara è quella di offrire una moda diversa dal solito, controcorrente e green, per mettere in risalto non solo la bellezza del prodotto finito ma anche la passione, il lavoro creativo e la scelta etica che ogni creazione si porta dentro.

Valentina D'Urbano

Chiara makes her bags with recycled materials, entirely by hand, inspired by music.

Wetsuits, no-longer-used upholstery from vintage cars, forgotten umbrellas that no longer open. These are some of the materials that Chiara Di Cillo, the young designer that has created "Portatelovunque" works. With a degree in Architecture, and specialising in Design, ever since she was a child she had always had a penchant for creativity and manual work, but most of all for re-use of discarded materials. Where others saw an object with no further use, Chiara saw a chance. She imagined the hidden potential of old things that were apparently unusable. So she began to experiment, making her first bag from pieces of a wetsuit.

Her bags are versatile. They look like old LPs, they turn into backpacks from cross body bags, and have interchangeable fabric "smiley" patches. Smiley patches are what Chiara calls the pockets that contrast with the rest of the bag. Every creation is different, and is associated with a 1970s rock song, one of Chiara's great passions. But "Portatelovunque" does not differ from other bags merely in terms of style: there is also the eco-sustainability and ethical responsibility of the project. All products are exclusively handmade, from the cutting of pieces to final sewing, made by a social enterprise that employs women from disadvantaged backgrounds.

As time has passed, the first collection has been followed by other types of object: purses, carrier bags, mousepads, bottle holders. Unique, original, always bringing a smile to your face.

Chiara's philosophy is that of offering a different sort of fashion - unconventional and "green" - in order to highlight not only the beauty of the finished product but also the passion, creative work and ethical choice that each creation harbours within.



Purple Neon Lights

purpleneonlights.com
hello@purpleneonlights.com

Lo studio creativo di Efisio Scanu e Domenico De Orsi: la boutique felice dell'Aventino che crea e produce audiovisivi.

Diversi anni fa, tra la vita di Efisio Scanu e quella di Domenico De Orsi c'era il mare. Efisio nasce a Carloforte, minuscola isola a sud della Sardegna; cresce a pane e matite colorate, sviluppando una passione per la fantascienza e diplomandosi all'Istituto Tecnico Nautico. Si trasferisce prima a Genova e poi a Roma, dove s'iscrive invece a un'accademia di cinema, specializzandosi in color correction, effetti speciali, compositing, animazione.

È qui che incontra Domenico, storico dell'arte originario di Bari che aveva virato verso il cinema grazie all'incontro con Carlo Alberto Pinelli, figlio d'arte, di quel Tullio Pinelli che faceva lo sceneggiatore di Fellini. A Domenico serviva un grafico che lavorasse al cortometraggio appena finito di girare: l'incontro con Efisio segna l'inizio di una lunga collaborazione che porterà al concepimento della startup "Purple Neon Lights".

Una boutique creativa volta alla realizzazione di prodotti audiovisivi che salda le attitudini dei due soci, quelle da montatore e regista di Domenico e il talento visivo di Efisio. La fusione dei loro due approcci, intellettuale ed emotivo, ha immediatamente dato frutti: in poco meno di un anno sono riusciti a metter su uno Studio che è una piccola grande famiglia, coinvolgendo altri professionisti, in grado di curare un'opera dalla produzione alla postproduzione.

Efisio e Domenico vivono la loro società come un'estensione di loro stessi ed è questa la loro forza. Fanno quello che sanno fare: prodotti che respirano l'atmosfera di serenità e benessere nella quale lavorano, perché "i lavori creativi sentono tutto", col solo obiettivo di poter affermare che quello che producono è un pezzo di loro stessi. E il progetto si nutre di questa grande, infinita, aspirazione.

La mission di "Purple Neon Lights"? "Essere felici".

Martina Germani Riccardi

Efisio Scanu and Domenico De Orsi's creative study: the happy boutique on Aventino hill that creates and produces audiovisual products.

A number of years ago there was a sea between the lives of Efisio Scanu and Domenico De Orsi. Efisio was born in Carloforte, a tiny island to the south of Sardinia. He was brought up on bread and coloured pencils, developing a passion for sci-fi and studying at the Istituto Tecnico Nautico. He moved first to Genoa and then to Rome, where he enrolled at a cinema school, specialising in colour correction, special effects, compositing and animation.

It was here that he met Domenico, an art historian from Bari, who turned to cinema after having met Carlo Alberto Pinelli, the son of Tullio Pinelli, a screenwriter for Federico Fellini. Domenico needed a graphic artist to work on his just-completed short feature film. The meeting with Efisio marked the start of a long working relationship, which would lead to the startup, "Purple Neon Lights".

A creative boutique focusing on the creation of audiovisual products, which melts the aptitudes of the two partners, that of Domenico, the editor and director, to Efisio's visual talent. The fusion of their two approaches - intellectual and emotional - immediately bore fruit: in a little less than a year they managed to open a Studio and created a small great family, involving other professionals, to handle a whole project, from production to post-production.

Efisio and Domenico see their company as an extension of themselves, and this is their strength. They do what they are good at: products that breathe in the atmosphere of serenity and wellbeing in which they work, because "creative works feel everything", with the sole objective to state that what they produce is a piece of themselves. The project takes its sustenance from this great, infinite aspiration.

What is the mission of "Purple Neon Lights"? "Being happy".



IoT-Maker

iot-maker.it
info@iot-maker.it

L'IoT al servizio dei beni culturali: un sistema automatico rileva temperatura e umidità per salvaguardare le opere lignee.

Oggetti intelligenti e processi automatizzati che facilitano le attività quotidiane. L'Internet of Things è il presente da sviluppare, il futuro su cui puntare. Lo sa bene Antonio Sterpetti che, dopo anni di esperienza in colossi dell'informatica, decide di diventare imprenditore.

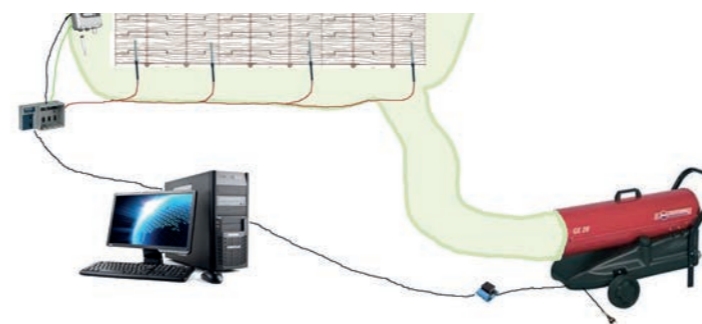
Nel febbraio 2017 fonda la "IoT-Maker" insieme al figlio Gianmarco, dopo aver vinto - con il progetto Thetis - il bando rivolto alle startup culturali e creative promosso dalla Regione Lazio.

"Nel campo dell'efficientamento energetico e della domotica si muovevano già le grandi aziende, era necessario individuare un gap tecnologico da colmare", spiega Antonio, che si sposta quindi su terreni inesplorati.

L'idea di *Thetis* (*Totally Humanless Electronic Thermo Inductive Screening*) è nata parlando con un restauratore che lamentava l'arretratezza del procedimento per disinfestare i mobili da tarme e tarli. Il team di "IoT-Maker" studia allora un sistema automatico che rileva umidità e temperatura e attiva la bonifica termoinduttiva di legno e carta. In pratica, all'interno dell'oggetto in legno, si installa un sensore connesso a una scheda elettronica. Il dispositivo trasmette i dati a un software che permette di monitorare sul computer i livelli di temperatura e umidità, principali responsabili della nascita degli insetti che arrecano danni ai materiali. Quando vengono registrati parametri fuori norma, si azionano le macchine che regolano il calore nell'ambiente. In questo modo si automatizza e si rende più efficiente un processo solitamente fatto a mano.

Thetis è pensato per la tutela e la manutenzione dei beni culturali di musei, chiese e sedi istituzionali ma può essere adottato anche da restauratori, collezionisti d'arte e aziende del settore legno. Il prototipo è pronto, la messa in commercio è prevista per il 2018.

Serena Berardi



IoT at the service of cultural heritage: an automated system measures temperature and humidity to preserve wooden works of art.

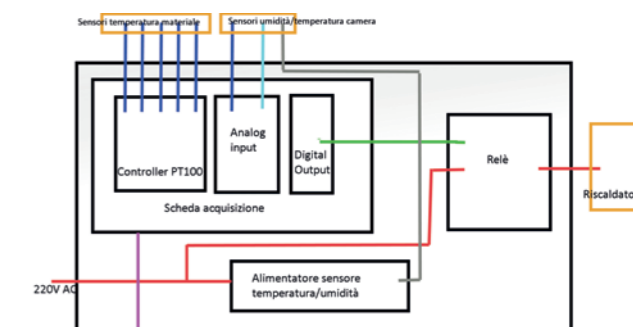
Smart objects and automated processes to make daily tasks easier. The Internet of Things is both the present to develop and the future to aim for. Antonio Sterpetti is well aware of this, and after years of experience working in IT giants, he decided to open his own business.

In February 2017 he founded "IoT-Maker", together with his son Gianmarco, after having won - with the Thetis project - the call for ideas aimed at cultural and creative startups promoted by the Lazio Region.

"Corporations were already working in the sphere of energy efficiency and domotics, what we did was identify a technological gap in the market", Antonio explains. He moves his activities towards unexplored terrain.

The idea of *Thetis* (*Totally Humanless Electronic Thermo Inductive Screening*) came after talking to a furniture restorer, who complained about the underdevelopment of the methods for removing mites and woodworms from furniture. The "IoT-Maker" team studied an automated system to measure humidity and temperature, and activate a thermo-inductive process for restoring wood and paper-based objects. A sensor is fitted inside the wooden object, connected to a printed circuit board. The device transmits data to a software to monitor on the PC temperature and humidity levels, the main culprits for the birth of insects that cause damage to materials. When non-standard parameters are recorded, machines are set in motion to regulate heat in the environment. This is a way of automating and raising the efficiency of a process that is usually done manually.

Thetis is devised to preserve and protect cultural assets kept in museums, churches and institutional buildings, but can also be adopted by furniture restorers, art collectors and firms in the wood industry. The prototype is now ready, and the company intends to put the system on sale in 2018.



Antonio Sterpetti
Gianmarco Sterpetti

Liutertec

liutertec.com
 pierri.angelica@gmail.com

Grazie all'innovazione di Angelica e Maurizio, la valutazione e la datazione degli strumenti antichi non è più un tabù.

Angelica e Maurizio un giorno tengono tra le mani un violino d'epoca che nessun espertizzatore ha il coraggio di valutare. Porta un nome importante ma a quel nome non corrispondono i dettagli tipici che lo strumento dovrebbe avere per confermare la sua nobile origine. Nella loro mente risuona un'idea: perché non utilizzare gli strumenti di analisi scientifica per valutare e datare gli strumenti di liuteria? Angelica e Maurizio avviano gli esperimenti che, sorprendentemente, consentono loro di risalire all'autore del violino. Nasce così la startup "Liutertec".

Grazie alla collaborazione del Dipartimento di Biologia Ambientale e Botanica della Sapienza Università di Roma, i due fondatori mettono a punto un sistema di analisi dettagliato, che comprende anche indagini preliminari - UV, infrarosso, RX ed endoscopia.

Dalle radiografie degli strumenti emergono eventuali canali tarliferi e altri dettagli degni di nota, che consentono di effettuare una valutazione accurata.

Il suono di un violino antico risuona degli anni che hanno forgiato il legno ma valutarne valore ed epoca è un'altra musica. Per questo "Liutertec", alle prime indagini affianca anche la dendrocronologia, lo studio degli anelli di crescita degli alberi, che offre risposte certe rispetto alla datazione e "può determinare in maniera oggettiva gli aspetti di attribuzione". Il giudizio soggettivo emesso da espertizzatori può essere confermato da una sorta di spartito che il tempo ha inciso nell'albero. Tramite un confronto con centinaia di campioni di legno provenienti da altri strumenti è possibile risalire con il minor scarto alla data di nascita dello strumento. L'anima di acero, la trama fitta dell'abete contengono informazioni di valore.

Ecco che con "Liutertec" la valutazione degli strumenti cambia, la loro storia diventa una musica dal valore inestimabile.

Elisa Cappai

Thanks to the innovation dreamed up by Angelica and Maurizio, evaluation and dating of ancient instruments are no longer a taboo.

One day Angelica and Maurizio had in their hands an old violin that no expert had the courage to appraise. It carried an important maker's name, but the name was not matched by the typical details needed to confirm that noble origin. So they had an idea: why not use the instruments of scientific analysis to assess and date stringed instruments? Angelica and Maurizio began experimenting and, to general surprise, managed to identify the maker of the violin. This marked the birth of the Startup, "Liutertec".

Thanks to cooperation with the Department of Environmental Biology and Botany of the Sapienza University of Rome, the two founders put together a detailed analysis system, including preliminary investigations, such as UV, infrared, RX and endoscopic testing.

X-rays show up woodworm channels and other noteworthy details, making it possible to undertake an accurate evaluation.

The sound of an old violin resonates with the years that forged the wood, but to assess the value and date of construction is quite another thing. Thus "Liutertec" adds to the first exams also dendrochronology, the study of tree rings to determine age. This offers certain responses for dating, and "may objectively determine the accreditation of the instrument". The subjective opinion of experts can thus be confirmed by a sort of "music sheet" that time has etched into the tree. By comparing with hundreds of wood samples from other instruments, it is possible to accurately determine the date of birth of the instrument. The maple core and the dense texture of the fir contain valuable information.

So "Liutertec" can lead to a brand new way of assessing and dating musical instruments. Their history becomes a music of inestimable value.



Tidbit - Menabò

tidbit.it
info@tidbit.it

Una piattaforma che connette giornalisti ed editori. Per creare una grande redazione virtuale equamente retribuita.

A platform connecting journalists and editors. To create a large, fairly paid virtual editorial team.

“Tidbit” è il primo marketplace italiano dell’informazione per far incontrare la domanda e l’offerta di contenuti editoriali. Reportage, fotografie, approfondimenti, interviste ma anche video e reportage radiofonici messi in vetrina a disposizione delle testate giornalistiche. Ma vale anche il contrario: se un caporedattore vuole uno specifico contenuto può registrarsi e farne richiesta a quella che è una sorta di grande redazione virtuale.

“Tidbit” is Italy’s first marketplace of information, to match supply and demand of editorial contents. News reports, images, in-depth analysis, interviews, videos and radio reports showcased and made available to news media. And the other way round: if a publisher wants some specific content, he can subscribe to the service and make a request in what is a sort of large virtual editorial team.

L’idea è venuta a una giornalista Under 35 e a tre sue colleghe più esperte, un’intuizione che ha guardato alle esperienze di Australia e Inghilterra e che vuole così moltiplicare le occasioni per i giornalisti che non sono entrati nel mondo redazionale o che non hanno collaborazioni sufficienti. Un sistema di e-commerce aperto anche all’estero e ai contenuti in lingua.

This idea came to a young journalist and three of her senior female colleagues, after seeing experiences in Australia and the UK. The idea is to increase opportunities for journalists that are not employed directly by news media or do not collaborate regularly with them. It is an e-commerce system that is also open to foreign journalists and to foreign-language contents.

“Tidbit” è una piattaforma che punta a scardinare le porte spesso chiuse del mondo dell’informazione. Un modo per proporsi senza avere conoscenze dirette o vivendo lontano dalle grandi città delle redazioni. E che potrebbe anche diventare una via per vigilare affinché non si retribuisca in modo non dignitoso il lavoro giornalistico. Il sito riporta infatti il tariffario per l’equo compenso, invitando a non scendere sotto i minimi, perché qui a fare il prezzo dell’articolo è l’autore stesso. I contenuti più presenti riguardano gli approfondimenti e le storie dai territori, spesso quelli su cui la frenesia delle news si sofferma poco.

“Tidbit” is a platform that seeks to un hinge the closed doors of the world of information. It is a way of gaining access to this world even without having direct contacts, and even if one lives a long way from the major cities. It might also be a way of ensuring that journalists receive decent pay for the work they do. The site gives the rates for fair pay, inviting clients not to go below the minimum levels. Here, it is the author of the article that sets the price. The contents that appear most often refer to in-depth investigations and local stories, often those neglected due to the frenzy of the news world.

Ma c’è anche spazio per il giornalismo scientifico e per argomenti come la salute, le tecnologie e le scienze, che guadagnano un peso sempre maggiore nell’agenda dell’informazione. Il progetto, vincitore del bando regionale per le startup culturali e creative, ha trovato l’appoggio anche del sindacato dei giornalisti Fnsi e della Federazione Italiana Editori Giornali.

But there is also room for scientific journalism and for subjects such as health, technology and science, which are becoming more and more relevant in the press. The project won the regional call for cultural and creative startups, and has been approved and supported by journalists’ trade unions FNSI (Italian National Press Federation) and FIEG (Italian Newspaper Publishers Federation).

Caterina Grignani



chi siamo

Giornalisti, giornalisti, operatori dell’informazione, SEO, web manager, editors, esperti della comunicazione con esperienze di management, lavoro dipendente e indipendente



a chi si rivolge

Ai 110.000 giornalisti italiani e alla sterminata platea di freelance. Ai 100 editori associati alla Federazione Italiana Editori Giornali e alle 2.700 case editrici presenti sul nostro territorio. media internazionali che vogliono avere contenuti di prima mano sull’Italia

tidbit

Antonella Marrone
Laura Pecchioli
Cristiana Pulcinelli

Dictum Factum

dariodimario@libero.it

A Terracina nasce una startup che, grazie all'innovazione, sogna di diventare la prima Immersive Communication Company.

Un progetto ambizioso che guarda al futuro è quello proposto a Terracina dalla neonata startup "Dictum Factum", tra le vincitrici del bando regionale Fondo della Creatività.

In un mondo sempre più dominato dal digitale, diventa fondamentale investire in contenuti e tecnologie sofisticate e specializzate in questo settore. Attraverso l'utilizzo di visori specifici (Homido, OculusRift, HTC Vive, Samsung Gear VR e PlayStation VR Cardboard), la realtà immersiva è già reale e può sovrapporsi, interagire e integrare la nostra abituale capacità percettiva.

Il tridimensionale si sta affermando in maniera esponenziale e in differenti ambiti: fotografia, teatro, cinema ma anche sport, turismo e ricerca medica. "Dictum Factum" aspira a diventare la prima Immersive Communication Company (ICC) qualificata nella costruzione e nella traduzione di contenuti multimediali per la realtà immersiva, incentivando anche l'evoluzione dello storytelling della navigazione.

Il natator (colui che nuota) parteciperà direttamente alla creazione e all'evoluzione della sua esperienza sensoriale attraverso un'interfaccia in cui la componente percettiva (visiva, tattile, cinestetica) si fonde con l'interattività.

"Dictum Factum" si propone, quindi, come un'innovativa agenzia di riferimento per tutti coloro che si occupano di tecnologie immersive ma che presentano carenze sia sul piano conoscitivo che tecnico. Il primo passo sarà il lancio in Italia del primo immersive clip musicale con un artista noto al grande pubblico. Altri progetti in cantiere sono la realizzazione in realtà virtuale di un corso d'inglese e l'organizzazione di una immersive conference.

Simona Pandolfi

A new startup in Terracina dreams of becoming the first Immersive Communication Company, thanks to innovation.

An ambitious forward-looking project has been proposed in Terracina by the startup called "Dictum Factum", one of the winners of the regional Creativity Fund call for ideas.

In a world increasingly dominated by digital, it is crucial to invest in sophisticated and specialist contents and technologies. By using specific visors (Homido, OculusRift, HTC Vive, Samsung Gear VR and PlayStation VR Cardboard), virtual immersive reality is already here, and is able to overlap, interact and integrate with our normal perceptions.

3D is growing exponentially, in a number of areas: photography, theatre, cinema, sport, tourism and medical research. "Dictum Factum" aspires to become the first qualified Immersive Communication Company (ICC) as regards the construction and transcoding of multimedia contents for virtual reality worlds, incentivising new ways of digital storytelling.

The natator (swimmer) will participate directly in the creation and evolution of his sensory experience through an interface in which the perceptive component (visual, tactile, kinaesthetic) is combined with interactivity.

"Dictum Factum" thus sets out to be an innovative agency that can be useful for all those engaged in immersive technologies but that have cognitive and technical shortcomings. The first step will be to launch in Italy the first immersive musical clip of a well-known artist. Other plans in the pipeline are the production of an English course using virtual reality and the organisation of an immersive conference.



Dario Di Mario
Jessica Venditti



Ciaklist

www.ciaklist.com
info@ciaklist.com

Un portale web dove si incontrano domanda e offerta audiovisiva, dando vita a un autentico crowdfunding.

Un portale web che connette domanda e offerta di audiovisivi. Lo hanno ideato e creato quattro giovani: Antonio Le Fosse, Claudio Crocchio, Nicola Fiorentino e Filippo Mancini.

Vinto il bando pubblico della Regione Lazio che offriva un contributo rivolto a startup culturali e creative, nell'ottobre 2015 è nata appunto la startup "Ciaklist", con l'obiettivo di realizzare l'omonimo sito web.

Nel mercato dell'industria cinematografica, che subisce una flessione e che tende a irrigidirsi, le produzioni passano in abbondanza per le grandi major. La piattaforma, tenuto conto di questo presupposto, si rivolge sia ai professionisti che delle major vivono sia agli indipendenti che spesso neanche le sfiorano, cercando di far fronte a due livelli di esigenze molto diversi. I primi, individuabili sotto l'etichetta "addetti ai lavori", hanno già dei contatti e sono affiliati a gruppi di produzione e/o distribuzione. "Ciaklist" offre - vista la scarsa interconnessione tra professionisti del settore - la possibilità di esporre dentro uno spazio- vetrina i propri lavori, di "associare" i contatti cumulati negli anni e trovare in tempi immediati quelli necessari a realizzare un progetto. I secondi abitano quella fascia che si estende dai precari collaboratori a progetto ai tecnici che lavorano saltuariamente su singole commissioni, fino a tutti i freelance di produzione e post-produzione. Queste figure sono spesso ancor più deboli. La piattaforma si propone di aggregarli creando una community online orientata alla produzione in cui le idee trovino un'ampia rete di utenti pronti a sostenerle e renderle fattive.

"L'ambiente vivace e fervido e la soddisfazione di avere finalmente gli strumenti per veder realizzati propri progetti sono stimoli alle produzioni e generano automaticamente nuove occasioni di lavoro".

Maria Teresa Sammarco

A web portal to match supply and demand of audiovisual products, giving rise to a veritable crowdfunding.

A web portal connecting who offers and who seeks audiovisual products. The idea came from four youngsters: Antonio Le Fosse, Claudio Crocchio, Nicola Fiorentino and Filippo Mancini.

Having won the public call for ideas of the Lazio Region, offering funding for cultural and creative startups, in October 2015 the startup "Ciaklist" was established with the aim of creating a website of the same name.

The cinema industry has undergone a general decline and lost elasticity in recent times. New productions are mainly produced for the "majors". Bearing this situation in mind, the platform is aimed at professionals living on the majors and at independent producers, who often never get close to the majors, attempting to meet two levels of very different needs. The former may be labelled as "insiders" and already have contacts and are a part of production and/or distribution groups. In view of the lack of interconnections among professionals working in the sector, "Ciaklist" offers to them the possibility to showcase their work, to "associate" contacts acquired over the years and quickly find what is needed to develop a project. The latter ranges from occasional collaborators and technicians working on single projects to all freelancers working in production and post-production phases. These professional figures are often in a more vulnerable position. The platform seeks to bring them together by creating a production-oriented online community in which ideas find an extensive network of users ready and willing to support them and turn them into reality.

"A lively and busy environment and the satisfaction of finally having the tools to fully develop one's projects are stimuli for productions and automatically generate new work opportunities".



Antonio Le Fosse



Entra nel cuore del mercato audiovisivo

CREA BUSINESS

Finding Roma Guides

angelasalvati@gmail.com

A Roma gli itinerari guidati a portata di smartphone. Grazie a FROG chiunque può trovare la guida ideale in totale libertà.

Metti un turista a Roma e rendigli la vita più facile: è quel che si propone di fare Finding Roma Guides.

Angelica e Andrea si conoscono sul luogo di lavoro, il loro ufficio è di fianco al Pantheon, che brulica di turisti spaesati. C'è chi visita Piazza di Spagna, il Colosseo, Fontana di Trevi ed è convinto di aver visto Roma, ma la città nasconde così tante meraviglie che neanche un romano è mai riuscito davvero a conoscerle tutte. La Roma Cristiana, la Basilica di San Giovanni in Laterano, "Madre di tutte le chiese del mondo", la Basilica di San Clemente con il mosaico del Trionfo della Croce, gli affreschi della Cappella di Santa Caterina, il portico della Basilica di San Pietro in Vincoli con il Mosè di Michelangelo, il Giudizio Universale del Cavallini nella Basilica di Santa Cecilia in Trastevere. La Roma pagana, il Tempio di Saturno, quello dei Dioscuri e il Tempio di Vesta. E poi i nasconi, la "Zuppiera" di Corso Vittorio, la fontana con la palla di cannone in Trinità dei Monti, l'orologio ad acqua del Pincio e la Porta magica di Piazza Vittorio.

Il piacere della scoperta che offre Roma è infinito e Finding Roma Guides ha trovato il modo di rendere tale ricchezza semplice, fruibile e a portata di smartphone. Chiunque, dal proprio paese, può aprire l'app e individuare, tra varie possibilità, la guida - rigorosamente autorizzata - e l'offerta di orario, di prezzo e di percorso che preferisce: dalla Roma antica a quella medievale, dal percorso rinascimentale alla Roma Barocca.

Un'inedita forma di sharing economy romana: la piena libertà, con la massima garanzia di qualità; la semplificazione che offre percorsi stimolanti e creativi e permette di saltare l'iter burocratico; la Roma eterna e contemporanea.

Anna Giurickovic Dato

Guided tours in Rome on your smartphone. Thanks to FROG anyone can find their ideal city guide in total freedom.

Making the life of tourists easier in Rome is the goal of Finding Roma Guides.

Angelica and Andrea met in the workplace, their office is next to the Pantheon, a square full of bewildered tourists. Many who have seen the Spanish Steps, the Colosseum and Trevi Fountain are convinced they have seen it all in Rome. But the city has many other wonders, and not even the locals know about every nook and cranny. Christian Rome, St John's Cathedral, the "Mother of all churches", the Basilica of San Clemente with the mosaic of the Triumph of the Cross, the frescoes of Santa Caterina Chapel, the portico of the Basilica of San Pietro in Vincoli and Michelangelo's Moses, Cavallini's Last Judgement in the Basilica of Santa Cecilia in Trastevere. Pagan Rome, with the Temples of Saturn, Castor and Pollux and Vesta. Then the public fountains: the "Soup Bowl" in Corso Vittorio, the cannonball fountain in Trinità dei Monti, the water clock on the Pincio hill and the Magic Portal in Piazza Vittorio.

The pleasure of the discovery is infinite in Roma. Finding Roma Guides has found a way of making this richness simple and accessible via a smartphone. Anyone is able to open the app, everywhere in the world, select the guide they prefer - always authorised - and find opening hours, prices and itineraries: from ancient Rome to the Rome of medieval times, the Renaissance and the Baroque age.

A different form of Rome's sharing economy: complete freedom, with a guarantee of quality; a simple way of offering stimulating and creative tours and getting around the red tape; eternal and modern-day Rome.



Autori

LAZIO 1000

LAZIO
CREATIVO



Serena Berardi

Trentenne romana laureata in Relazioni Internazionali e master in Giornalismo politico-economico presso *Il Sole 24 Ore*. Avrebbe voluto frequentare una scuola per reporter all'estero ma è troppo affezionata alla Capitale e alla carbonara. Giornalista pubblicitaria, lavora come web-editor e collabora per una testata locale. Si occupa di economia e innovazione per i magazine di FS Italiane. In attesa di vincere il premio Pulitzer, scrive racconti umoristici e cura il blog satirico mondoporaccio.it.

Thirty years old and a native of Rome, Serena has a degree in International Relations and a master in Political and Economic Journalism from *Il Sole 24 Ore*. She would have loved to study at a school of journalism abroad, but she's too fond of the capital and carbonara pasta. A freelance journalist, she works as a web editor and contributes to a local paper. She also looks after economics and innovation for the Italian FS magazines. While she waits to be awarded the Pulitzer prize, she writes humorous short stories and curates the satirical blog mondoporaccio.it.



Elisa Cappai

Nata nel 1985 in provincia di Udine, ha vissuto buona parte della sua vita in Sardegna, prima di trasferirsi a Roma dove si laurea in Antropologia Culturale. Conosce l'amore per la scrittura riempiendo diari durante i suoi viaggi in Sud America.

Formata in arteterapia e scrittura espressiva, lavora come copywriter e content strategist e conduce laboratori di storytelling. Ha pubblicato racconti on-line e su *Locomotiv*, posterzine della provincia di Latina, dove vive con sua figlia.

Born in 1985 in Udine province, Elisa lived most of her life in Sardinia before moving to Rome, where she took a degree in Cultural Anthropology. She developed a love for writing by filling diaries during her travels in South America.

Trained in art therapy and creative writing, she works as a copywriter and content strategist and runs storytelling workshops. She has published short stories online and in *Locomotiv*, the posterzine of Latina province, where she lives with her daughter.



Valentina D'Urbano

Nasce a Roma nel 1985, qui vive e lavora. Diplomata all'Istituto Europeo di Design in illustrazione e animazione multimediale, nel 2013 lascia il lavoro di illustratrice per l'infanzia per dedicarsi completamente alla scrittura. Il suo primo romanzo *Il Rumore dei tuoi passi* viene pubblicato già nel 2012 per Longanesi.

Attualmente collabora con diversi magazine come redattrice culturale, e, sempre per Longanesi, è prossima alla pubblicazione del suo sesto romanzo.

Valentina was born in 1985 in Rome, where she lives and works. With a degree in illustration and multimedia animation from the IED (European Institute of Design), in 2013 she left her job as a children's illustrator to devote herself to writing. Her first novel, *Il Rumore dei tuoi passi* (The sound of your footsteps) was published in 2012 by Longanesi.

She currently contributes to several magazines as cultural editor and is about to publish her sixth novel, again with Longanesi.



Jason Ray Forbus

Fa il suo esordio letterario a 16 anni al "Campiello Giovani" 2002, dove - con il racconto *Trovare il cercare* - si classifica tra i primi 25 scrittori esordienti d'Italia e primo nel Lazio. Tra le sue opere, il romanzo per ragazzi *La Rivolta degli Scheletri nell'Armadio* e la poesia illustrata *Il Canto dei Dannati*.

Esperto in comunicazione e sociologia, ha all'attivo incarichi per l'Ambasciata Americana di Roma e Londra, il World Food Programme, quotidiani, ministeri e aziende internazionali.

Jason's literary debut at the age of 16 was at the 2002 "Campiello Giovani" prize, when his short story *Trovare il cercare* (To found the searching) was included in the top 25 first-time writers in Italy and was the first in Lazio. His works include the children's novel *La Rivolta degli Scheletri nell'Armadio* (The uprising of the skeleton in the closet) and the illustrated poem *Il Canto dei Dannati* (The song of the damned).

An expert in sociology and communications, Jason has worked for the American Embassies in Rome and London and for the World Food Programme, as well as for newspapers, ministries and international firms.



Martina Germani Riccardi

Nasce nel 1988, vive ad Artena. Ha studiato Antropologia, Editoria e Scrittura. Già direttrice artistica del Festival delle Arti "Live Artena", nel novembre 2016 Interno Poesia pubblica la sua Opera Prima, *Le cose possibili*, una raccolta di poesie, alcune delle quali pubblicate su *L'Espresso*, riviste di settore e sulla raccolta *Umana, troppo umana - Poesie per Marilyn Monroe*, per Nino Aragno Editore. Lavora per The Bookmakers, studio editoriale romano per il quale legge e valuta inediti.

Martina was born in 1988 and lives in Artena. She studied Anthropology, Publishing and Writing. Already artistic director of the "Live Artena" art festival, her first work was published in November 2016 by Interno Poesia: *Le cose possibili* (The possible things), a collection of poetry, some of which was already published in *L'Espresso*, in literary magazines and in the collection *Umana, troppo umana - poesie per Marilyn Monroe* (Human, too human - Poems for Marilyn Monroe) for Nino Aragno Editore. She works for The Bookmakers, a Rome-based publishing company, for which she reads and evaluates new works.



Anna Giurickovic Dato

Nata a Catania nel 1989, è avvocato e dottoranda presso La Sapienza Università di Roma. Nel 2012 un suo racconto si è aggiudicato il primo posto al concorso in seno al Festival delle Letterature di Roma. Nel 2013 è stata finalista al Premio "Chiara Giovani". Un cartone animato da lei scritto ha vinto il Premio "MigrArti Mibact 2017".

La figlia femmina (Fazi, 2017) è il suo primo romanzo, i cui diritti sono stati acquistati in Francia, Germania, Spagna, Portogallo e Romania.

Born in Catania in 1989, Anna is a lawyer and PhD student at Sapienza University of Rome. In 2012 one of her short stories was awarded first prize in the Rome Literature Festival. In 2013 she was a finalist in the "Chiara Giovani" prize. An animated cartoon scripted by her won the "MigrArti Mibact prize in 2017".

La figlia femmina (The female daughter, Fazi, 2017) is her first novel, the book rights have been acquired in France, Spain, Portugal and Romania.



Caterina Grignani

Nata a Roma nel 1985, ha compiuto studi letterari e itineranti: Bologna, Strasburgo, Torino e un leggendario Erasmus in Polinesia francese. Oggi è giornalista. Dopo diverse esperienze in testate nazionali è approdata alla direzione di *Roma Italia Lab*, magazine che si occupa dell'attualità culturale della Capitale. Appassionata di libri, viaggi, ancora meglio se a vela, nuove idee, buon cibo e cani.

Born in Rome in 1985, Caterina has studied literature in various places: Bologna, Strasbourg, Turin and a wonderful Erasmus year in French Polynesia. Today she is a journalist. After various experience at national newspapers, she was appointed editor of *Roma Italia Lab*, a magazine concerned with cultural current affairs in the capital. She is passionate about books, travel - especially sailing - new ideas, good food and dogs.



Simona Pandolfi

Storica dell'arte, archivista e curatrice di Terracina, dove è nata nel 1983, vive a Roma dagli anni dell'università. Specializzata nell'arte italiana della prima metà del Novecento, ha lavorato presso l'Archivio Fondi storici della Galleria Nazionale d'Arte Moderna ed è presidente dell'Associazione culturale ARTCHIVIO e del Teatro dei balbuzienti. Con un approccio multidisciplinare scrive per la testata *Roma Italia Lab* mixando le sue passioni: street art, fotografia, poesia, cinema e teatro.

Art historian, archivist and curator, Simona was born in Terracina in 1983, and has lived in Rome since studying at university here. A specialist in Italian art from the early twentieth century, she has worked at the Archive of historical sources of the National Gallery of Modern Art and is president of the ARTCHIVIO cultural association and the Teatro dei Balbuzienti (Theatre of stutterers). She writes for the publication *Roma Italia Lab*, with a multidisciplinary approach, combining her passions for street art, photography, poetry, cinema and theatre.



Maria Teresa Sammarco

Scienze politiche, storia, giornalismo di frontiera e arti visive: sono le sue passioni, tenute insieme dal collante della scrittura. Con lo pseudonimo Elettra van Green è autrice di cortometraggi indie. Ha già all'attivo diversi premi nel settore audiovisivo. Tra questi, il lavoro sperimentale *Josefina - Una historia, más o menos*, realizzato con i "Musqyx", è stato selezionato al MedFilm Festival nella sezione "Ho girato un mondo" (2017). Collabora, tra gli altri, con il sito taxidrivers.it.

Political sciences, history, journalism and visual arts: these are Maria Teresa's passions, all held together by the glue of writing. Under the pseudonym Elettra van Green, she has scripted several indie short films, and already won prizes for her audiovisual work. Her films include the experimental work *Josefina - Una historia, más o menos* (Josefina - A story, more or less), produced with "Musqyx" and selected at the MedFilm Festival in the "Ho girato un mondo" section (2017). Among other things, she contributes to the website taxidrivers.it.



Simone Ungaro

Nasce nel 1983 a Roma, dove risiede. Laureato in Lettere, pubblica nel 2007 per l'editore Polimata una raccolta di racconti dal titolo *All'improvviso mi mancano tutti*. Suoi racconti compaiono su pubblicazioni antologiche e sulla rivista *Nuovi Argomenti*.

È membro fondatore dei Forza Binda, rock band capitolina.

Simone was born in 1983 in Rome, where he lives. A Literature graduate, in 2007 he published a collection of short stories entitled *All'improvviso mi mancano tutti* (Suddenly I miss them all) with the Polimata publishing house. His stories have appeared in anthologies and in the magazine *Nuovi Argomenti*.

He is a founding member of Forza Binda, a Roman rock band.

LAZIOCREATIVO 2018

100 Storie di Creatività
100 Stories of Creativity

3 **Nicola Zingaretti** Il Lazio, una regione in movimento

5 **Lidia Ravera** Un bel ritratto di una generazione vivace e ben decisa a non rinunciare al suo ruolo

9 **Stefano Fantacone** Ottime idee per creare ottime startup

11 Moda

13 Osserva, apprendi da ogni cosa.

Ce la puoi fare, se ti impegni fermamente sarai moda di Ilaria Jve

15 T By Eclēpti

17 Luca Cristofori

19 Contextu Design

21 L'arte di arrangiarsi

23 An Akward Beauty

25 Rouches Collection Amahra

27 Trilli e gingilli, bouquet designer

29 Pica

31 More

33 Saneras

35 Architettura e Design

37 Progettare nella Società Post-Industriale di Lorenzo Imbesi

39 Manufatto

41 GU | Generazione Urbana

43 Venature

45 dMake_Architecture. Design. Art.

47 Pollet

49 Txt Lamp

51 Siti Lab, laboratorio di immaginazione urbana

53 Stüda

55 IBosco

57 Podobis

59 Arte e fotografia

61 Il patrimonio locale, un arricchimento per le startup creative di Deanna Richardson

63 Progetto Arca

65 Attraverso

67 Untitled - Continued

69 ZA² - Urban Self Portraits

71 Dead Still Breakfast

73 What?

75 Where the river flows

77 RiotGirl

79 Una storia forte

81 Argentea Lux

83 Pubblicità e Comunicazione visiva

85 La comunicazione è uno strumento per fare mercato, non arte di Stefano Gangli

87 FAO Handbook

89 Fiorenere

91 Officina

93 Alpha Beta Charta

95 It's time to change

97 Giovani Creativi - TWM Factory

99 Strade corsare al V

101 Mint LIST

103 Marmi di Roma

105 HUD - Lo slancio verso il futuro a 360°

107 Editoria, Illustrazione e Fumetto

109 Lettera aperta alla creatività di Stefano Cipolla

111 Atlante Illustrato delle Nuove Costellazioni

113 IL MURO

115 Italia Nipponica

117 B Comics - Fucilate a strisce

119 Hygge

121 Le scoperte di Bebo e Bice

123 Viaggio al centro della Terra

125 D Editore: una fabbrica di lettori

127 Le madri fondatrici dell'Europa

129 Madeleine.jpg

133 Nuove tecnologie

135 Qualsiasi innovazione è frutto dell'immaginazione e della creatività di Nicola Mattina

137 "+ME" Transitional Wearable Companion

139 PMP Interactive Ultras

141 Fri3nd Lab + Fri3nd Party

143 Rops, il giardino ideale

145 Barsa Design

147 Comunicacity - Yes I Code

149 Borgo Rescue

151 Promo Counter

153 Daymare: 1998

155 Biorticello

155 Teatro

157 Teatro Futuro Prossimo di Leonardo Angelini

159 Ondadurto Teatro

161 Pomezia Light Festival

163 Habitas - Vivere In Compagnia

165 Principesse e sfumature

167 C.T. Genesi Poetiche, Radici e Futuro

169 Showclap

171 Teatro della Luce e dell'Ombra

173 Ifigenia: Il Gioco

175 Passeggiata fiabesca

177 Agiteatro - Futura umanità

179 Musica

181 "Passione, sangue, rabbia e amore." di Giuseppe Lorenzoni

183 Sinestetica

185 E-Cor Ensemble

187 Horgonic - The soul of sound

189 Gli spiriti selvaggi

191 Riprendiamoci tutta la città

193 Penelope è partita

195 E-Mago. I suoni della terra

197 Running in the dark

199 Möbius Strip

203 Cinema e Audiovisivo

205 Cinema e Startup, binomio di creatività e innovazione di Francesco Siciliano

207 Immagini dal Sud del Mondo

209 Mammarama TV

211 Risotto Amaro

213 Eyes on archives

215 Original Sin

217 PhD Films

219 Interno 36 - Semi d'arte

221 Defected

223 Sachertorte

225 Mamma racconta

227 Opere Prime

229 Startup creative

231 Ragione o Fantasia? di Fabio Severino

233 Omica

235 Vagabondblu Light

237 Portatelovunque

239 Purple Neon Lights

241 IoT-Maker

243 Liutertec

245 Tidbit - Menabò

247 Dictum Factum

249 Ciaklist

251 Finding Roma Guides

251 Autori

253 Serena Berardi

254 Elisa Cappai

255 Valentina D'Urbano

256 Jason Ray Forbus

257 Martina Germani Riccardi

258 Anna Giurickovic Dato

259 Caterina Grignani

260 Simona Pandolfi

261 Maria Teresa Sammarco

261 Simone Ungaro



Volume LazioCreativo

100 Storie di Creatività

Edizione 2018

Lidia Ravera, Assessora alla Cultura e Politiche giovanili della Regione Lazio

Miriam Cipriani, Direttore Regionale Cultura e Politiche giovanili

Andrea Ciampalini, Direttore Generale Lazio Innova
Alessandra Tomeo, Responsabile Comunicazione Lazio Innova

Pierluigi Regoli
Stefania Trinca
Maddalena Vianello
Segreteria Assessorato alla Cultura e Politiche Giovanili

Coordinamento: Walter Scarpino, Lazio Innova

Autori: Serena Berardi, Elisa Cappai, Valentina D'Urbano, Jason Ray Forbus, Martina Germani Riccardi, Anna Giurickovic Dato, Caterina Grignani, Simona Pandolfi, Maria Teresa Sammarco, Simone Ungaro.

Art director: Luca Albanese Ginammi
Graphic designer: Antonello Ciavarella
Copywriter: Caterina De Sanctis
Account: Laura Squintani, Giulia Aloè

Fotografa: Ilenia Magliocchetti Lombi
Produzione e Coordinamento: MAP Studio/Enrico Datti
Elaborazione digitale/produzione: Elisa Marchegiani
Backstage: Paola Balzano
Make up: Beatrice Müller, Martina Gentili/Making Beauty

Si ringrazia la Commissione di valutazione del Contest “100 storie di creatività 2018” e dei dieci migliori progetti idonei e finanziabili promossi da soggetti under 35 nell’ambito dei bandi regionali “Fondo della creatività”: Presidente, Stefano Fantacone. Componenti: Leonardo Angelini, Stefano Cipolla, Stefano Gangli, Lorenzo Imbesi, Ilenia Jve, Giuseppe Lorenzoni, Nicola Bertrand Mattina, Deanna Richardson, Fabio Severino, Francesco Siciliano.

Si ringrazia LazioCrea Spa per l’attività di redazione e per la collaborazione nell’istruttoria del Contest “100 storie di creatività 2018”.

Si ringraziano inoltre Cristina Bianchi, Adriana Calì, Luigi Campitelli, Simona Carloppi, Cristina Crisari, Eleonora D’Amico, Sonia Di Rubbo, Federica Fava, Alessandro Ferretti, Raffaella Festa, Edoardo Lampis, Gian Paolo Manzella, Giovanni Pagliaro, Massimiliano Panzironi, Marco Petrucci, Alessandra Polidori, Massimo Roscigno.

Volume LazioCreativo

100 Stories of Creativity

2018 Edition

Lidia Ravera, Regional Councillor for Culture and Youth Policies in Lazio

Miriam Cipriani, Regional Director for Culture and Youth Policies in Lazio

Andrea Ciampalini, Lazio Innova Director General
Alessandra Tomeo, Lazio Innova Director of Communications

Pierluigi Regoli
Stefania Trinca
Maddalena Vianello
Staff of the Regional Council for Culture and Youth Policies

Coordination: Walter Scarpino, Lazio Innova

Authors: Serena Berardi, Elisa Cappai, Valentina D'Urbano, Jason Ray Forbus, Martina Germani Riccardi, Anna Giurickovic Dato, Caterina Grignani, Simona Pandolfi, Maria Teresa Sammarco, Simone Ungaro.

Art director: Luca Albanese Ginammi
Graphic designer: Antonello Ciavarella
Copywriter: Caterina De Sanctis
Account: Laura Squintani, Giulia Aloè

Photography: Ilenia Magliocchetti Lombi
Production and Coordination: MAP Studio/Enrico Datti
Digital processing and Postproduction: Elisa Marchegiani
Backstage: Paola Balzano
Make up: Beatrice Müller, Martina Gentili/Making Beauty

Thanks to the Commission who evaluated the Contest “100 Stories of Creativity 2018” and the ten best projects applied to the Lazio Region calls “Creativity Fund”, by young Under 35: President, Stefano Fantacone. Members: Leonardo Angelini, Stefano Cipolla, Stefano Gangli, Lorenzo Imbesi, Ilenia Jve, Giuseppe Lorenzoni, Nicola Bertrand Mattina, Deanna Richardson, Fabio Severino, Francesco Siciliano.

Thanks to LazioCrea Spa for drafting and collaborating in preliminary examination of applications related to the “100 storie di creatività 2018” Contest.

Thanks also to Cristina Bianchi, Adriana Calì, Luigi Campitelli, Simona Carloppi, Cristina Crisari, Eleonora D’Amico, Sonia Di Rubbo, Federica Fava, Alessandro Ferretti, Raffaella Festa, Edoardo Lampis, Gian Paolo Manzella, Giovanni Pagliaro, Massimiliano Panzironi, Marco Petrucci, Alessandra Polidori, Massimo Roscigno.

LAZIO



REGIONE
LAZIO