

## Creatività & Marketing

IL 6 FEBBRAIO AL GESSI MILANO TORNA L'APPUNTAMENTO CON L'AWARD DI TVN MEDIA GROUP

# Brand Identity GP: a Hidetoshi Nagasawa il Premio Arte e Culture della Comunicazione

Alla 23esima edizione del **Brand Identity GrandPrix**, l'award di **TVN Media Group** dedicato al brand design e alla comunicazione visiva, si rinnova l'appuntamento con il **Premio Arte e Culture della Comunicazione**. L'iniziativa si prefigge di individuare e conferire un'importante attestazione a una personalità dell'arte e della comunicazione che si sia particolarmente distinta nell'esplorare e percorrere gli sconfinamenti reciproci di questi due territori della creatività. Il prossimo 6 febbraio, nella serata di gala che si terrà al Gessi Milano (via Manzoni 16/A) a partire dalle 18.30, lo speciale riconoscimento sarà consegnato a **Hidetoshi Nagasawa**, scultore e architetto nato nel 1940 in Manciuira da genitori

giapponesi. Artista originale e versatile, Nagasawa, che dalla fine degli Anni '60 vive nel nostro Paese, ha esposto in tutto il mondo prendendo parte con le sue opere a importanti appuntamenti nazionali e internazionali. Ha partecipato a numerose edizioni della Biennale di Venezia e nel 1992 alla 9ª edizione di Documenta di Kassel, una delle principali manifestazioni internazionali di arte contemporanea. Le sue opere sono presenti in molte collezioni pubbliche e private, italiane e nel mondo. Numerose sono le sue installazioni permanenti all'aperto. L'artista giapponese è anche l'ideatore della storica statuetta del GrandPrix, da molti anni ambito premio per i protagonisti della industry della comunicazione. Il nome di Hidetoshi Nagasawa va a im-



Hidetoshi Nagasawa

preziosire un albo d'oro che dal 2012 ha visto insignite del riconoscimento personalità del calibro di Ugo Nespolo, Fabio Novembre, Flavio Lucchini, Davide Rampello e Giovanni Gastel. Ancora una volta il Brand Identity GrandPrix si conferma dunque un momento chiave per la promozione della cultura della comunicazione a 360°. Anche quest'anno la manifestazione potrà contare sulle importanti partnership strette con **EPDA** (European Packaging Design

Association), **Print Power** e **Salon du Chocolat** che assegnerà il premio speciale 'Best Chocolat Packaging', dedicato a progetti di design relativi a packaging di prodotti di cioccolato. Durante la serata di premiazione del 6 febbraio saranno assegnati gli award ai vincitori di categoria, fra i quali è stato selezionato il GrandPrix, massimo riconoscimento della manifestazione. Per confermare la propria presenza all'evento: [grand.prix@tvnmediagroup.it](mailto:grand.prix@tvnmediagroup.it).

CON STELLA MAXWELL E PEPE BARROSO SILVA

## LA P/E 2018 DI PEPE JEANS LONDON NEGLI SCATTI DI EMMA SUMMERTON

La creatività artistica è il tema della collezione primavera/estate 2018 di **Pepe Jeans London**, interpretata attraverso le foto e il video della nuova campagna che vede come protagonisti la modella **Stella Maxwell** e **Pepe Barroso Silva**, fotografati da **Emma Summerton**.

Un invito a tutti gli style influencers di oggi a soddisfare la propria vena artistica e trasformare digitalmente la propria identità, migliorandola con l'aiuto della cultura e della creatività e con uno sguardo rivolto al passato per cercare il nuovo. La collezione è composta da quattro categorie: accanto ai capi più basilari, cosiddetti essentials, abbiamo quelli dall'allure bohemien, accompagnati da pezzi più street e quelli di ispirazione preppy rock. Tutti interpretati dai protagonisti degli scatti della campagna. Scattate agli Spring Studios di Londra, le foto ritraggono Maxwell e Barroso Silva mentre danno libero sfogo alla propria creatività.



PER UN NUOVO INTEGRATORE

## Allea firma la brand identity del prossimo lancio di Yugen

In vista del prossimo lancio sul mercato italiano di un nuovo integratore, caratterizzato da una innovativa modalità di erogazione e adatto alle specifiche esigenze degli sportivi, **Yugen** ha affidato ad **Allea** la brand strategy complessiva. "Nello specifico, il team corporate design di Allea curerà lo sviluppo dell'intero sistema di brand, dalla messa a punto del naming alla realizzazione del sito web, fino alla declinazione sul packaging e gli altri

strumenti di brand identity", sottolinea **Gianluca Barbero**, direttore creativo di Allea. Il nuovo prodotto aprirà, di fatto, una categoria inedita per il settore degli integratori, posizionandosi come 'acceleratore di performance', basato sulla stimolazione naturale del sistema nervoso e su livelli di performance elevati, studiati per sostenere gli sportivi nelle manifestazioni più estreme come maratona, triathlon ed endurance.