



Milano - Design week 2011, Deadidea, progetto di street-design dal 2007, torna in scena con una nuova azione e un nuovo punto di vista sul concetto di "Morte ed Immortalità" che contraddistingue da sempre il brand; quest'anno Angelo Cruciani e Robi Chendler ideatori del concept analizzeranno l'Errore Fatale.

Il progetto sarà online dal 12 Aprile 2011

sul sito ufficiale del progetto: [http:// www.deadidea.net](http://www.deadidea.net)

Concept: In un contesto Storico sociale che oscilla tra catastrofi d'ogni genere: terremoti, tsunami, esplosioni nucleari, epidemie, guerre, crisi ed egoismi di ogni portata, sopravvivenze nascoste sciacallaggio legalizzato; la distruzione è diventata un pasto quotidiano ben servito dai mass media sulle tavole del nostro inconscio. Questo sistema potrebbe estinguerci.

Campagna viral / Out-door: La "Strage" come fatto quotidiano, la spettacolarizzazione della Morte come intrattenimento. Un installazione senza filtri e senza bontà, sarà il terrificante specchio della nostra assuefatta cinica attenzione al mondo che ci circonda.

Location: Lambrate Design District

Settore: Dead design / web design / design direction

IL PROGETTO DAL 2007

Deadidea è un progetto di comunicazione mediatica nato da Angelo Cruciani e Robi Chendler che dal 2007 in occasione del Fuorisalone di Milano mette in discussione i parametri che racchiudono il concetto di "morte" tramite installazioni street, claims e operazioni di guerrilla marketing: "L' idea uccide la morte." (2007), "Play Ground"

(2008), "System kills art" (2009), "After Life" (2010), Sagome a terra che celebrano Geni, miti e personaggi che sono riusciti a superare il passaggio terreno conquistando l'immortalità tramite l'essenza creativa; nelle varie edizioni hanno popolato le vie più importanti della Milano creativa. Il Trapasso dimensionale in questo multi sfaccettato progetto è sdrammatizzato tramite piccole ricette sull' immortalità con ironia ed inventiva.

2010 DEADIDEA - " After Life"

L'edizione virtuale del DEADIDEA 2010 garantisce un posto eterno nel cimitero virtuale online del sito, dove per conquistarsi una bara d'onore bisognerà lasciare un aforisma che superi l'immaginario collettivo, 100 posti limitati creano una vera e propria caccia all'immortalità. Accostata ad un'operazione outdoor che trasforma le strisce pedonali da trapasso spaziale a dimensionale. Il tutto condito da tanta tecnologia dalle grafiche 3D al Dolby Soundround.

2009 DEADIDEA - " System Kills Art "

Il Sistema uccide l'Arte, la parte creativa; burocrazie cannibali tendono ad opprimere l'espressione, massimo emblema della nostra presenza nel mondo e nell'esistenza. Ma l'Arte salverà il sistema! La creatività troverà soluzioni ad ogni genere di crisi. Così un Picasso deceduto tra i suoi colori e un Dalì amputato dei famosi baffi diventano simboli decadenti della creatività.

2008 DEADIDEA - " Play Ground "

Questa Volta sono i miti a scendere in Campo sui marciapiedi di Zona Tortona e Design District, da Lady D a Madre Teresa, da Jim Morrison a Papa Giovanni XXIII " Can't kill the star". L'immortalità è anche il racconto che viene lasciato al mondo, la leggenda che si rinnova ed alimenta la vita di chi "sogna". Personaggi che rappresentano ideali, mete o semplicemente esempi di vita: creare la stella del Mito è tipico di questa società egocentrica che cerca appigli e nuove religioni dove la divinità non arrivi dal cielo.

2007 DEADIDEA - " L' idea Uccide la Morte "

Milano si riempie di misteriose sagome che vanno a celebrare personaggi del design di ogni tempo, da Leonardo a Philippe Stark. Figure Gialle ironicamente posizionate nelle zone più calde del Fuorisalone e nelle vie più prestigiose della Milano creativa, incuriosiscono e scandalizzano un pubblico mai abituato alla decorazione street pavimentale. Nonostante sia il segno preciso di un decesso, questo delitto creativo diventa un progetto conosciutissimo sia dagli addetti ai lavori del mondo creativo che da tutti i cittadini. La prima Ricetta verso l'Immortalità è la Creatività, che supera la condizione fisica e si proietta su di un futuro infinito.

Informazione e press: deadidea.press@gmail.com