



**UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI CAMERINO**  
**SCUOLA DI ARCHITETTURA E DESIGN "E. VITTORIA"**

**CORSO DI LAUREA IN**

**Disegno Industriale e Ambientale**

.....

**TITOLO DELLA TESI**

**Japonisme - La Grafica giapponese oltre il manifesto**

.....

.....

.....

*Laureando/a*  
**Nome**..... **Alessio Costantini**.....

**Firma**..... *Alessio Costantini*.....

*Relatore*  
**Nome**..... **Nicolò Sardo**.....

**Firma**..... *Nicolò Sardo*.....

---

**ANNO ACCADEMICO**..... **2021/2022**.....

Dossier di ricerca

Università degli studi di Camerino  
Scuola di Ateneo di Architettura e Design "E.Vittoria"  
Corso di laurea in Disegno Industriale e Ambientale  
a.a. 2021/2022  
Relatore: Nicolò Sardo

Alessio Costantini

# Japonisme

Progetto dell'immagine coordinata per una mostra sulla grafica giapponese.



# Indice

- 8 Abstract
- 12 Introduzione
- 20 Analisi e ricerca
- 44 Casi studio di esposizioni
- 78 Casi studio editoriali
- 88 Progetto
- 164 Bibliografia e sitografia



# Abstract

L'obbiettivo è quello di analizzare e far conoscere come gli elementi della grafica contemporanea giapponese, siano distinguibili ed apprezzabili anche nel contesto di elaborati grafici che si discostano dai più tradizionali supporti cartacei, quali manifesti e progetti editoriali.

La ricerca inizierà studiando gli elementi caratterizzanti della grafica contemporanea in Giappone, cercando di capire quali siano le motivazioni e le ragioni dietro le scelte tecniche e stilistiche da parte dei designer.

Si analizzeranno, come casi studio, esposizioni inerenti al tema e strettamente affini, oltre ad una serie di libri che

reputo utili ed interessanti per lo sviluppo del mio progetto.

Successivamente, si andranno a selezionare e scegliere dei progetti originali e significativi che spaziano dal branding al packaging, dal design della segnaletica alle insegne.

Dopo aver definito luogo, data e titolo dell'evento, il tema si svilupperà con la progettazione grafica di una mostra espositiva.

Ci si occuperà della comunicazione e dell'identità visiva dell'evento stesso, realizzando un logo caratterizzante, manifesti, brochure, oltre ad una serie di elaborati grafici volti a promuovere e valorizzare la mostra.

# Introduzione

## Perché 'Japonisme'?

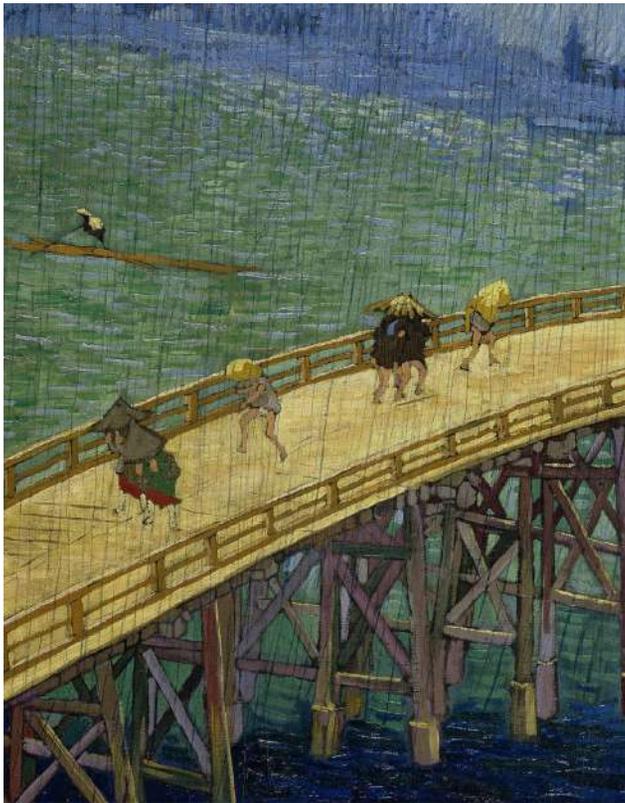
Il termine 'Japonisme' è stato coniato alla fine del XIX secolo dal critico Philippe Burty per indicare l'interesse del mondo occidentale nei confronti della cultura giapponese.

A seguito delle Esposizioni Universali e all'apertura di negozi e botteghe specializzati in oggetti dell'Estremo Oriente, il 'Giapponismo' divenne moda facendosi largo tra pittori e artisti, basti pensare a Van Gogh che nel dipinto 'Ponte sotto la pioggia' immagina un Giappone ideale, o a Lautrec, fortemente influenzato dalle stampe giapponesi, delle quali era un grande collezionista.

Quest'ultimo, in particolare, in 'Divan Japonais', manife-

sto pubblicitario per il bar parigino di ispirazione orientale, inserì tutti i caratteri tipici dell'arte grafica nipponica: eleganza, tratto deciso, contrasti netti e l'uso della linea quale elemento strutturale che crea bidimensionalità.

Il Giapponismo invase anche l'architettura, venne infatti ripresa la razionalità degli elementi modulari, la funzionalità delle ripartizioni spaziali, l'armoniosa fusione di spazio esterno ed interno oltre ad un'elegante semplicità nell'uso dei materiali.



**Fig.1**  
Ponte sotto la pioggia, Vincent Van Gogh (1887, olio su tela).



**Fig.2**  
Traghetti sul fiume Fuji, Utagawa Hiroshige (1832, stampa xilografica).

**Fig.3**  
vaso in porcellana  
giapponese (1890  
ca.)



**Fig.4**  
Sundai,  
Katsushika  
Hokusai  
(1830, stampa  
xilografica)



Giunsero nel mondo occidentale, opere d'arte, oggetti di vita quotidiana come ventagli, stoffe, stampe, vasi e ogni sorta di artigianato; la cultura giapponese era infatti rimasta, fino agli anni '50 dell'800, esclusa dal resto del mondo, proprio per la chiusura e l'isolamento volontario che hanno lunga-

mente caratterizzato la storia della nazione stessa. Per artisti, architetti, letterati europei fu come aprire un vaso di pandora, si rivelò loro un inestimabile patrimonio artistico e culturale da ammirare, studiare, imitare e dal quale, soprattutto, trarre ispirazione.



**Fig.5**  
Manifesto per  
il bar parigino  
'Divan Japonais'  
Toulouse Lautrec  
(1895)

Il Giapponismo, inoltre, svelò i primi elementi tipici della grafica moderna: l'arte aveva infatti uno stile più grafico che pittorico e, come detto già in precedenza, si caratterizzava con linee e tratti ben definiti, contrasti marcati, colori piatti, oltre ad una composizione generale ben diversa dal classico dipinto. Gli elementi venivano disposti liberamente, lasciando anche spazi vuoti, si tendeva a sviluppare verticalmente la composizione e non era difficile trovare scritte all'interno della stessa, senza la volontà di 'mascherarle' o contestualizzarle. Ecco, quindi, che il quadro si trasformava quasi in una locandina, anticipando ele-

menti peculiari della grafica e del design.

Percepito come misterioso e diverso, l'innamoramento per il Giappone è stato immediato e la cultura del Sol Levante continua ad essere presente e diffusa anche al giorno d'oggi.

Potremmo quasi dire che si tratta di un processo senza fine, e ciò che vediamo e viviamo tutt'ora, non è altro che un 'giapponismo moderno' in cui si cerca di assimilare, imitare e conoscere quanto più possibile dalla cultura di questo splendido paese, proprio come gli impressionisti facevano oltre 150 anni fa.

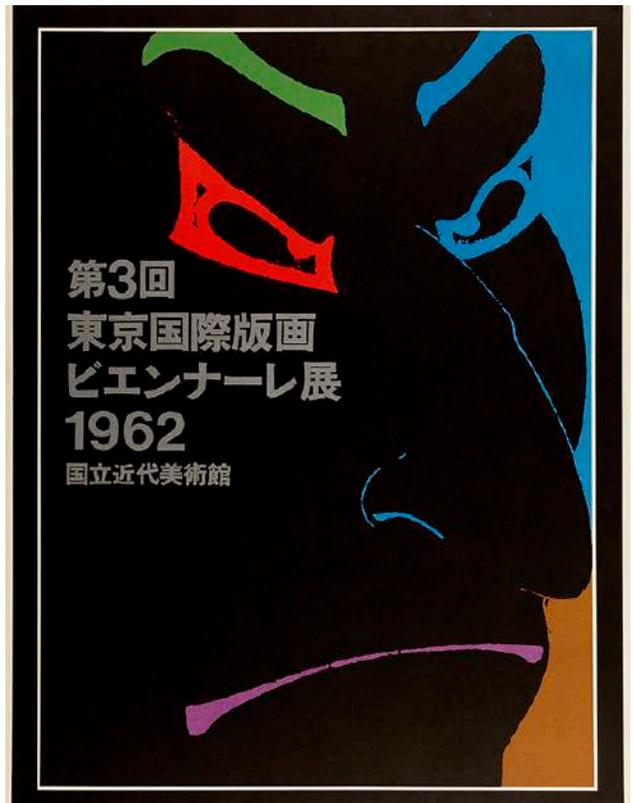
**Fig.6**  
Fioritura,  
Utagawa  
Hiroshige  
(1839, stampa  
xilografica)



**Fig.7**  
La cascata  
di Yoshino,  
Katsushika  
Hokusai  
(1832, stampa  
xilografica)



**Fig.1**  
Manifesto per la  
terza edizione  
della Biennale  
di Tokyo, Ikko  
Tanaka (1962)



**Fig.2**  
Manifesto per  
l'esposizione  
internazionale  
tenutasi ad Osaka  
(1970)



## Sviluppo del Graphic Design.

Nel campo del graphic design, il Giappone si è costruito una reputazione unica al mondo, manifestando un ineguagliabile senso di razionalità e 'freschezza'.

La grafica giapponese ha iniziato a svilupparsi successivamente al periodo bellico, più precisamente negli anni che vanno dal 1950 al 1980, in cui la stessa crescita economica del paese ha aperto la strada all'esplorazione dei concetti europei del costruttivismo e del Bauhaus, combinandoli con la cultura e il simbolismo tipici del Giappone.

Forte sviluppo si ebbe in quello che viene detto 'decennio d'oro', ossia gli anni '90.

In questi anni il Giappone conobbe un incredibile boom economico, diventando la terza economia mondiale, l'industrializzazione nel pae-

se fece sviluppare numerosi settori, e quello della progettazione grafica (influenzata dal postmodernismo europeo) non fu da meno.

Questi periodi storici, oltre ad aver definito i tratti tipici del design grafico, continuano ad influenzare ancora oggi i designer nipponici, che, con il loro lavoro, comunicano da sempre una profonda sensibilità estetica ed una notevole capacità di analizzare le molteplici radici culturali; facendo affiorare spesso collegamenti a temi di grande richiamo nella storia del Giappone.

Due degli aspetti più caratterizzanti e distintivi, e che probabilmente decretarono e decretano tutt'oggi il successo di questa progettazione grafica, sono proprio la semplicità e l'utilizzo della bidimensionalità; elementi che nel loro insieme possono anche dimostrare quanto questo approccio si riveli, talvolta, estremamente complesso.

È una vera e propria cultura fatta di dinamismo e continua evoluzione, i grafici che si legano a questo mondo sperimentano costantemente, unendo elementi diversi, aggiornandosi e rinnovandosi per rimanere in linea ai tempi e alle tendenze.

Tutto, dal folklore alla religio-

ne, dai fiori alla tecnologia, ha avuto un ruolo nel modo in cui il design grafico giapponese è apparso nel corso della storia e persino come appare oggi negli anni '20. L'essenzialità di queste rappresentazioni ha variato le sue caratteristiche insieme alla maturazione culturale della nazione stessa, rappresentando da sempre una realtà e un contesto del tutto unico e particolare.

**Fig.3**

Copertina per il Magazine Idea, Yusaku Kamekura (1975)



**Fig.4**  
200' anniversario  
del pittore  
Toshusai Sharaku,  
Ikko Tanaka  
(1995)



# Analisi e ricerca

## Il Graphic Design oggi.

Il design grafico giapponese che conosciamo oggi non è più il prodotto di una cultura isolata; il nuovo linguaggio nel design pratica una sintesi di movimenti locali e occidentali, abbraccia la tipica pittura 'Kano' e le stampe 'ukiyo-e', il dadaismo, il futurismo, il razionalismo e l'Art Nouveau, globalizzandosi sempre di più.

Il lavoro dei designer moderni è ancora pieno di qualità minimaliste e naturalistiche, di xilografia, calligrafia, immagini ispirate ad antichi dipinti cinesi e altro, ma espresse in modo più contemporaneo e sottile.

Alcuni studi si propongono di usare il linguaggio del design come mezzo per far crescere una cultura, sviluppando un design moderno ma analizzandone anche le radici.

Quest'attenzione alla storia,

per esempio, emerge dall'uso di materiali e tecniche di confezionamento tradizionali, di simboli e motivi della vecchia scuola.

Altri designer e studi contemporanei sono più inclini ad approfittare dei vantaggi della tecnologia e delle reti moderne.

Lo studio 'AYOND', fondato da Shun Sasaki nel 2006, è noto per la fusione che opera tra: elementi grafici provenienti dalla cultura pop e dai mezzi di comunicazione digitali da una parte, e i disegni tradizionali dall'altra.

Ciò si manifesta in composizioni 'allegre' e complesse che rimandano alla cartellonistica e all'arte di strada delle zone urbane.



**Fig.1**  
 Manifesto per  
 la maratona nel  
 quartiere Kichijoji  
 (Ayond, 2015)



**Fig.2**  
 Manifesto  
 promozionale  
 per una  
 pubblicazione  
 d'arte, (Ayond,  
 2020)

**Fig.3**  
Logo per il Tokyo  
festival 2017  
(Emuni inc.)



**Fig.4**  
Manifesti per  
l'inaugurazione  
del teatro di  
Hachinohe  
(Direction Q inc.)



Ci sono poi i designer che rifiutano di subordinarsi alle regole del 'buon design' nel timore che ostacolino la creatività e la libertà di espressione.

Si tende invece a valorizzare l'autenticità dell'imperfezione, ciò stimola la curiosità e l'attenzione degli osservatori, conferendo ai progetti un significato ulteriore (Romagnoli Federica, Made in Japan. Nel segno della grafica giapponese contemporanea, NuiNui, Chermignon 2021, pp. 8-9).

Ecco, quindi, che le opere vivaci e ricche di dettagli stravaganti propongono un nuovo modo di analisi e pensiero; gli osservatori sono sollecitati a percepire i progetti e il mondo attraverso i propri occhi, e non quelli del designer, dando un taglio netto all'attitudine conformista che si annida nella società nipponica.



**Fig.5**  
Manifesto per la mostra '100 Years after' (Yudai Osawa)

L'estetica giapponese è tanto riconoscibile quanto difficile da definire.

La 'giapponesità' - sia essa relativa a un oggetto, a un capo di abbigliamento, a un pezzo di arredamento, a una grafica, a un packaging, a un'illustrazione - tira in ballo concetti a volte complicati da inquadrare nei nostri paradigmi occidentali, concetti che spesso non hanno neanche una traduzione precisa, come quello di 'Wa', che rimanda al principio di equilibrio, pace e armonia (Nel design, wa si riferisce allusivamente non solo alla forma semplice ma anche a un'attitudine interiore dei progettisti nell'osservare ciò di bello che li circonda, ciò che

la vita quotidiana offre loro continuamente).

La grafica in voga oggi però, ha degli elementi molto ricorrenti; è infatti frutto di rigide linee tracciate a mano, disegni elementari accostati a forme semplici come cerchi, triangoli, quadrati, e spesso, un testo in caratteri basilari.

Metodi simili si propongono di raggiungere un equilibrio adeguato ai tempi, una sorta di 'austerità' come la definisce Hirokazu Abeti - fondatore dello studio Abekino Design - diventata tendenza nel design giapponese degli ultimi anni.

**Fig.6**  
Packaging per  
la pasticceria  
Wakabiyori  
(Awatsuji design)



**Fig.7**  
 Manifesto per  
 i colloqui di  
 ammissione  
 all'università di  
 Okayama  
 (Direction Q inc.)

**OKAYAMA UNIVERSITY BRIEFING SESSION 2017**

岡山大学説明会2017

**教育と入試説明会**  
 6.25 sun 《岡山》  
 午前の部 9:30-12:30  
 午後の部 13:00-16:00  
 ※会場は岡山県庁です。  
 ※場→岡山大学創立五十周年記念館

**オープンキャンパス**  
 8.5 sat - 8.6 sun 《岡山》  
 午前の部・午後の部  
 ※会場は岡山県庁です。  
 ※場→岡山大学創立五十周年記念館  
 ※場→岡山大学

**進学ガイダンスA**  
 学部紹介・学部教員個別相談等  
 全席 14:00-16:00  
 7.8 sat 《姫路》  
 ※場→姫路商工会議所  
 7.15 sat 《松江》  
 ※場→松山市総合コミュニティセンター  
 7.30 sun 《大塚》  
 ※場→熊取スカイビル タワーウエスト

**進学ガイダンスB**  
 大学紹介・合格体験談等  
 全席 14:00-16:00  
 7.2 sun 《広島》  
 ※場→広島国際会議場  
 7.16 sun 《高知》  
 ※場→高知市文化プラザからぽーと

**進学相談会**  
 8.27 sun 《岡山》  
 13:00-16:00  
 ※場→岡山大学創立五十周年記念館

詳細はホームページをご覧ください <http://www.okayama-u.ac.jp> [お問い合わせ先] 岡山大学アドミッションセンター 〒700-8530 岡山市北区津島中2-1-1 Tel: 086-251-7284 Fax: 086-251-8485



**Fig.8**  
Copertina  
per il libro del  
museo d'arte  
contemporanea  
di Kanazawa  
(Emuni co.)



**Fig.9**  
Poster per un  
concorso di  
architettura  
(Irobe Design  
Institute)



Lo 'stile grafico austero' coglie l'atmosfera dell'epoca attuale ed è ampiamente accettato dal pubblico; grande contributo è stato fornito sicuramente dall'esponentiale crescita del web e dei social media, parallelamente all'autonomia di espressione e approfondimento che esse consentono.

Queste piattaforme, tuttavia, mostrano anche una tendenza a rifiutare ogni forma di abbellimento: si preferisce esprimere concetti ed informazioni in modo chiaro

e diretto piuttosto che mascherarli e filtrarli, ed è proprio per questo che lo stile grafico contemporaneo rispecchia la situazione attuale della società.

D'altra parte, però, non è garantito che questo stile conservi la propria attrattiva nel corso dei prossimi anni; la tendenza a non fissarsi su un singolo valore è tipica dell'estetica giapponese.



**Fig.10**  
Volantini  
dell'iniziativa  
'Relight Project'  
(Rikako  
Nagashima)

## Temi e stili della grafica contemporanea.

Come già detto in precedenza, il Giappone possiede una storia ed una cultura unica, che l'hanno portato ad avere un fascino ed un'estetica a sé stante.

Di seguito vengono riportate le caratteristiche e i temi di maggior rilievo nella grafica contemporanea.

### **Minimalismo**

Il minimalismo giapponese nasce dalla cultura buddista zen del paese e da un conseguente approccio 'less is more'. Il minimalismo giapponese rifiuta il consumismo moderno e mira a mantenere la vita (in questo caso il design grafico), il più ordinato e semplice possibile.

Nonostante condivide somiglianze e rimandi effettivamente a ciò che viene definito modernismo occidentale, il minimalismo giapponese è considerato più intuitivo, asimmetrico, caldo e fluido (estetica pulita, ma non sterile).

Possiamo riscontrare questa tendenza in tutto lo spettro del design, dal packaging ai poster; alcuni seguono una politica 'no brand' o 'no logo', altri invece utilizzano un approccio con forme semplici e campiture monocromatiche; ottenendo, in entrambi i casi, un'eccezionale pulizia estetica.



**Fig.1**  
Confezione di  
riso 'Nou no  
Mai' (Kosuke  
Kuwabara)



**Fig.2**  
Copertina per un  
libro di Johannes  
kuhl (Yuta  
Takahashi)

**Fig.3**  
Pubblicità per il  
60° anniversario  
dell'azienda  
Yakult (Bullet  
inc.)



**Fig.4**  
Packaging per  
fette biscottate  
(Bullet inc)



## Simbolismo

Il Giappone ha un'incredibile tradizione di simbolismo, quindi non sorprende che questo abbia trovato la sua strada anche nel design grafico. Ad esempio, secondo il folklore giapponese, tutte le cose hanno il proprio spirito, compresi gli oggetti inanimati; per questo motivo, è molto comune per i grafici giapponesi aggiungere volti o qualità umane a marchi e packaging.

Oltre a queste 'personificazioni', altri simboli della cultura giapponese sono presenti nel design grafico: le nuvole rappresentano l'eleganza e lo status elevato, l'acqua incarna il potere, o il sole, simbolo di buona fortuna (presente sulla bandiera stessa).



**Fig.5**  
Mostra di composizioni floreali 'Ryusei Ikebana' (Hiroko Sakai)

## Geometria

Come già ribadito nei paragrafi precedenti, il design grafico giapponese, ha fatto uso e continua tutt'oggi ad utilizzare fortemente le forme geometriche.

Questo perché sono intrise di un significato culturale e possono essere utilizzate per rappresentare idee diverse, spesso astratte.

Quadrati e rettangoli corrispondono alle forme artificiali, i cerchi e le curve invece, ad eleganza, luce e perfezione.

A tal proposito, è importante notare come il design grafico contemporaneo, prenda molto dal passato, dalla cultura e dalle tradizioni; nume-

rosi sono infatti, i riferimenti ai grafici che utilizzavano ampiamente le forme geometriche.

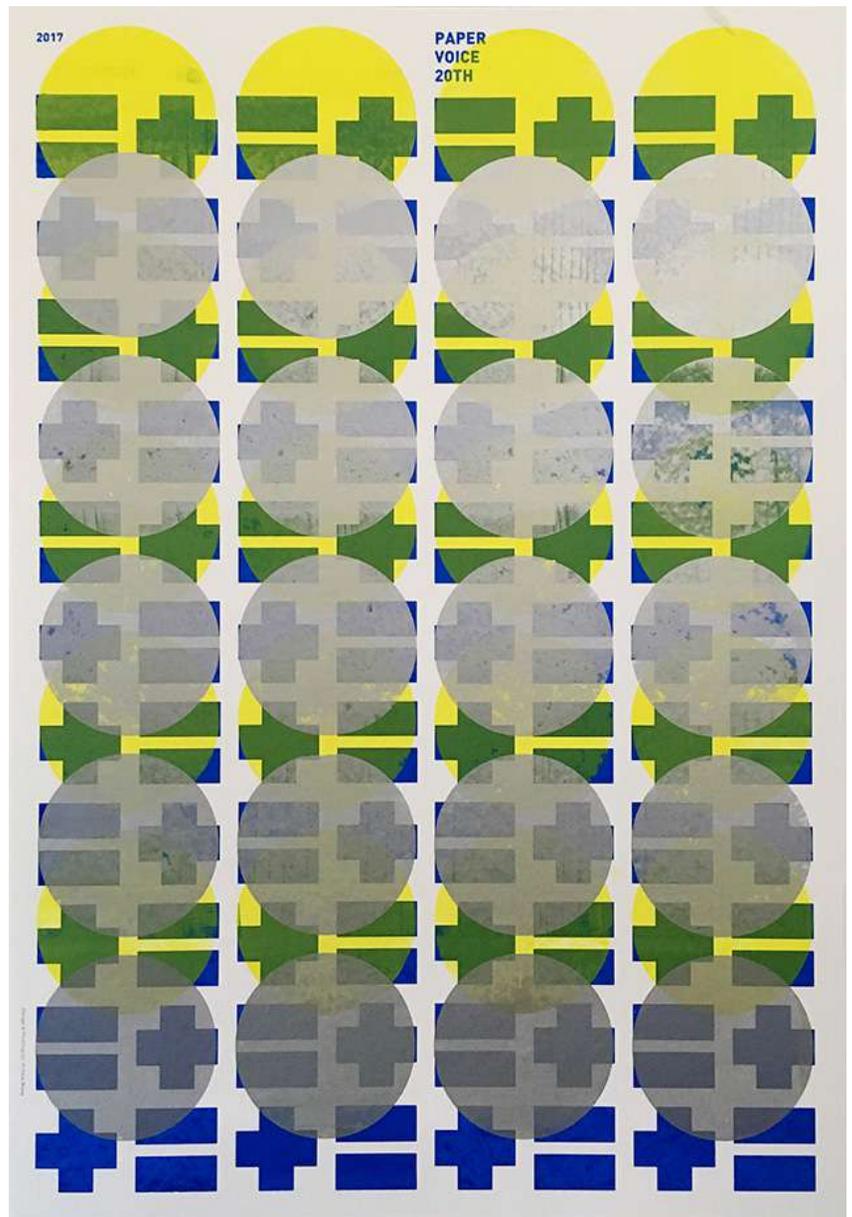
Tra questi Ikko Tanaka, famoso per l'utilizzo di elementi semplici che vanno a comporre un'immagine, o Yasuku Kamekura, riconoscibile per l'ampio utilizzo dei cerchi nelle sue composizioni.

Ciò che viene utilizzato oggi, dunque, possiede sempre un valore, un significato che il designer attribuisce e che spera venga recepito attraverso il suo lavoro.

**Fig.6**  
Packaging per asciugamani  
(Awatsuji Design)



**Fig.7**  
Manifesto per il  
20' anniversario  
della cartiera  
Heiwa Paper  
(Shinnoske  
Design)



**Fig.8**  
Logo per il  
ristorante Kamata  
(Anoniwa Design)



**Fig.9**  
Branding per  
una pasticceria  
di Hagoya (Tcd  
Design)



## Natura

Come parte della loro cultura, la natura ha sempre avuto un ruolo importante, assumendo simbologie legate alla filosofia, alla religione e alla generale visione del mondo. I giapponesi sono profondamente legati a questo argomento e sono

inoltre consapevoli di come il mondo naturale sia in costante evoluzione. Questo tema si estende anche al design grafico; il mondo della natura, delle piante, delle stagioni, influenza non solo la scelta dei colori utilizzati, ma anche le illustrazioni e gli stessi materiali impiegati per le stampe.



**Fig.10**  
Bottiglia di Sake  
'Koi' per l'Imayo  
Tsukasa Brewery  
(Aya Kodama)

## Elementi floreali

Il motivo per cui i fiori e i motivi floreali sono diventati una parte importante del design grafico è dovuto all' 'Hanakotoba'.

Questa forma artistica è una sorta di 'linguaggio' dei fiori: ogni fiore è intriso di un'emozione o di un significato spirituale; fiori che rimandano al coraggio, alla generosità e a molti altri valori. Tra questi, il più famoso di tutti, il Sakura (Fiore di ciliegio), è simbolo di dolcezza,

gentilezza e caducità della vita.

Sono elementi molto utilizzati, sia sotto forma di foto che di illustrazioni vettoriali e la loro disposizione viene spesso ripresa dai dipinti tradizionali.

**Fig.11**  
Packaging  
per prodotti  
di cosmetica  
(Awatsuji Design)



**Fig.12**  
 Manifesto per  
 l'inaugurazione di  
 una pasticceria di  
 Nara  
 (Emuni inc.)

**floresta**  
 nature  
 doughnuts  
 Since 2002 Nara

2012年夏休み特別企画

こんなドーナツ  
**あったら**  
**いいな**

**コンテスト**

「こんなドーナツあったらいいな」を  
 絵に描いてご応募ください。  
 夢のドーナツが本物になるかも。

応募期限 **8月31日[金]**まで

応募方法：応募用紙を店舗でお受け取りいただくか、ウェブサイトからダウンロードしていただき、  
 夢のあるドーナツや自分のお気に入りのドーナツなど、ご自由に描きまくってください。  
 応募事項を合わせてご記入いただき、コンテスト実施店舗へお持ちください。  
 ご応募いただいた方には、メイチェュードーナツ特別チケットをプレゼント！

結果発表：応募がスター・ウェブサイトににて（10月中旬予定）

賞：  
 ○おもしろい賞【抽選発表で発表いたします】  
 ○夢いっばいで賞100～20名  
 ○夢定ステップ賞 若干名（抽選発表いたします）

賞品：  
 ○おもしろい賞：商品券ドーナツ5個＋ドーナツ5個＋  
 フロレスドーナツセット（抽選発表発表）  
 ○夢いっばいで賞：ドーナツ10個＋フロレスドーナツセット（抽選発表発表）  
 ○夢定ステップ賞：ドーナツ10個

<http://www.nature-doughnuts.jp/>

**Fig.13**  
Biglietto  
beneaugurale  
di capodanno  
della cartiera  
giapponese Takeo  
(Emuni inc.)



**Fig.14**  
Grafica per  
bottiglie di Sake  
(Jun Kuroyanagi)



## Colori vivaci e brillanti

Elementi tipici delle città e dei quartieri giapponesi (Harajuku, Shibuya) sono proprio i colori accesi e vivaci; il popolo giapponese nutre amore per questi colori d'impatto e le stesse città brulicano di insegne e grafiche di questo tipo.

I designer grafici utilizzano una vastissima gamma di colori, riescono infatti a mescolare e combinare le varie tonalità armoniosamente, creando un design straordinario e pieno di carattere.



**Fig.15**  
Coperina per  
la rivista di  
tipografia Mdn  
Extra (Yuta  
Ichinose)

## Tipografia personalizzata

La lingua giapponese è molto complessa, ha più di 2000 caratteri in tre diversi alfabeti: Kanji, Hiragana e Katakana; per cui è sicuramente più ricco e dispersivo rispetto al nostro alfabeto. Ciò significa che per i tipografi giapponesi è molto più complesso creare un carattere, e di conseguenza, i grafici, sono molto più propensi ad utilizzare una tipografia personalizzata nei loro progetti.

In aggiunta a questo, nono-

stante i giapponesi siano orgogliosi della loro scrittura, amano utilizzare linguaggi misti nel loro lavoro; mescolare caratteri giapponesi e romani è una tendenza che la maggior parte dei designer ritiene sia un approccio efficace e valido esteticamente.

Non è difficile, quindi, trovare progetti grafici contemporanei che alternano testi in inglese con caratteri ideografici della lingua giapponese.

**Fig.16**

Illustrazione per la rivista 'Foreign Policy' (Ryu Mieno)

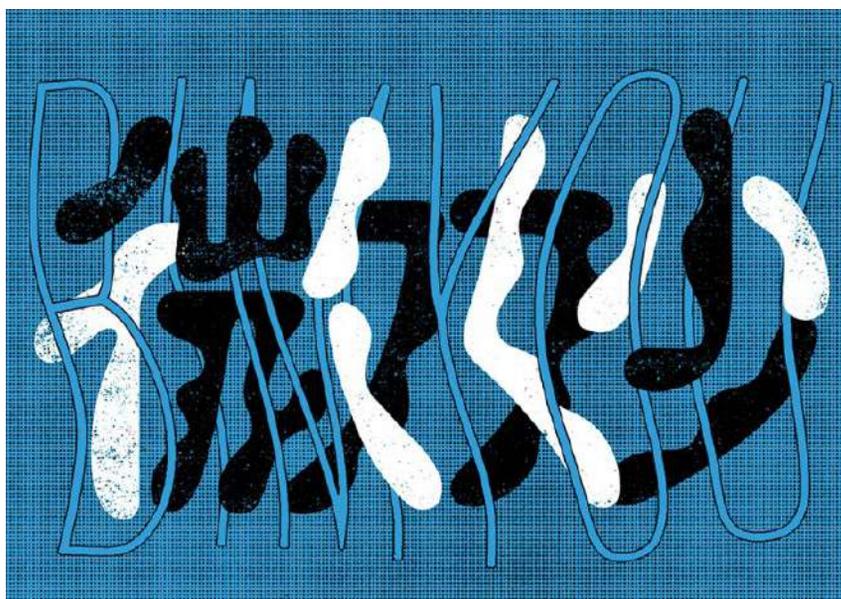


Fig.17  
 Manifesto  
 per l'evento  
 'alternative train'  
 (Ryu Mieno)

**鉄道芸術祭 vol.5**  
**ホンマタカシプロデュース**  
 会期: 2015年10月24日(土) ~ 12月26日(土)

**電車の**  
**alternative train**

休館日: 月曜日  
 11月23日(期館)、11月24日(期館)、11月25日(期館)  
 11月26日(期館)、11月27日(期館)、11月28日(期館)

開館時間: 12時~19時(12月13日、12月14日、12月15日、12月16日、12月17日、12月18日、12月19日、12月20日、12月21日、12月22日、12月23日、12月24日、12月25日、12月26日)  
 会場: アトリオ・トリニタ、アトリオ・トリニタ、アトリオ・トリニタ

入場無料  
 催物料料あり

ホンマタカシプロデュース  
 PUGMENT  
 NAZE 蓮沼執太  
 マティアス・ヴェルムカ&ミーシャ・ライムカウフ  
 黒田益朗  
 小山友也

大阪大学 db KEIHAN

**Fig.18**  
Logo per la  
cioccolateria  
Denaraisho  
(Dejimagraph)



**Fig.19**  
Copertina per un  
libro sull'uso del  
colore (Kashiwa  
Sato)



## Pennellate

Altro elemento interessante, che si unisce parzialmente al tema della calligrafia e altamente affine all'arte dello 'Shodou', è l'uso delle pennellate.

Questa disciplina antica che trae le sue origini nel XVII secolo, è insegnata ancora

oggi nelle scuole giapponesi ed è gradualmente sempre più diffusa e utilizzata dai progettisti grafici, che tendono a sostituire la tipografia con pennellate più tradizionali ma applicate in modo armonioso e moderno.



**Fig.20**  
Poster per il  
concerto 'Opera  
Asia' (Hideo  
Yamashita)

## Stile Kawaii

All'estremità opposta rispetto al minimalismo c'è il concetto di Kawaii, cultura della 'carineria' esplosa negli anni '70 e presente tutt'oggi come fenomeno globale. Questo è uno dei design più tipici associati ai giapponesi e non è unicamente legato ai prodotti destinati a bambini. L'aspetto 'Kawaii' viene infatti utilizzato dagli spettacoli televisivi alle società di informatica, dai manuali alle confezioni alimentari e tantissimi altri prodotti.

Questa simpatica cultura è profondamente radicata nel design grafico giapponese, e gli stessi progettisti credono che attraverso questi disegni

siano in grado sviluppare un legame maggiore con il pubblico, eliminando qualsiasi 'ostilità' con i prodotti e dando una fiducia maggiore per l'azienda o il servizio stesso. È quindi uno stile utilizzato per mantenere un senso di innocenza e meraviglia infantile, un modo per fuggire o rifiutarsi di crescere in un mondo caratterizzato da un rigoroso ordine sociale.

**Fig.16**  
Identità visiva per un negozio di articoli da regalo (10inc Design)



**Fig.17**  
 Manuale-guida illustrato in caso di terremoto a Tokyo (Nosigner Design)





## Casi studio di esposizioni

Le esposizioni di seguito elencate costituiscono dei casi studio, utilizzati come riferimento ed ispirazione per lo sviluppo del mio progetto.

L'obiettivo, infatti, è quello di analizzare le scelte progettuali utilizzate per tali esposizioni, oltre ad avere

un quadro generale sui temi che sono già stati trattati e presentati.

Sono state considerate anche esposizioni legate ad altri rami del design oltre la grafica, a favore di un'analisi più ampia che mi permettesse di capire effettivamente quanto questi progetti siano poco conosciuti e, di conseguenza, mostrati al di fuori dal Giappone stesso.

# Hidden - Unveiling Japanese Design

**Luogo:** National Design Center, Singapore

**Periodo:** dal 4/10/2014 al 23/10/2014

**Designer:** Oki Sato (Nendo)

Mostra curata dal noto studio di design Nendo che, come suggerisce il titolo, rivela i valori nascosti del design giapponese.

Nendo ha analizzato ciò che accomuna i designer nipponici, e ha sintetizzato il loro approccio progettuale con tre parole chiave: 'Behind', 'Inside' e 'Before'.

Il design giapponese, come spiega Nendo, è ampiamente celebrato per la sintesi di semplicità e ingegnosità; oltre a ciò, l'essenza risiede nella priorità data ai com-

portamenti e alla psicologia dell'utente.

I prodotti sono originali ed essenziali, senza mai risultare esagerati o appariscenti; molti ritengono erroneamente che il design giapponese sia 'riduzione' e 'taglio', in realtà si tende a 'coprire' elementi tecnici e a nascondere ciò che non deve essere valorizzato, rendendo il design pulito ed attraente.

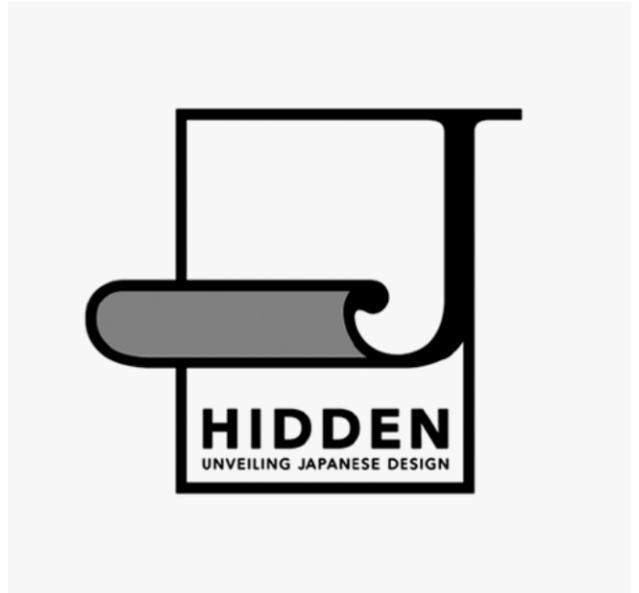


**Fig.1**  
Alcuni progetti  
esposti durante la  
mostra



**Fig.2**  
Vista dall'alto  
dello spazio  
espositivo con  
relativi 'effetti  
prospettici'

**Fig.3**  
Logo realizzato  
per la mostra



**Fig.4**  
Coppia di pagine  
interne del  
catalogo dei  
progetti esposti



La mostra invita i visitatori a scoprire ogni progetto e a porre l'attenzione nelle semplici considerazioni o i piccoli lampi di genio dei progettisti stessi, mostrando la vera essenza del 'Made in Japan'. L'esposizione è caratterizzata da sovrapposizioni bidimensionali e colorate applicate alle superfici, ciò

crea effetti tridimensionali e prospettici in vari punti di osservazione; i colori predominanti all'interno dello spazio espositivo sono il grigio e il rosa, declinati in diverse tonalità.

Nel complesso, in pieno stile giapponese, regna minimalismo e semplicità.



**Fig.5**  
Copertina del  
catalogo

## 30 Years - 30 Talks

**Luogo:** Creation Gallery G8, Tokyo (Giappone)

**Periodo:** dal 1/2/2016 al 18/3/2016

**Designer:** Michihiko Yanai

La Creation Gallery di Tokyo venne inaugurata nel 1985 e fu il primo spazio espositivo esclusivamente dedicato al Graphic Design nel quartiere Ginza, un'area di Tokyo già caratterizzata da numerose gallerie artistiche e non. Per trent'anni, la galleria ha introdotto continuamente nuovi lavori di designer e creativi giapponesi, e questa mostra temporanea rappresenta una celebrazione stessa dei migliori progetti grafici esposti durante la sua storia (libri, poster, packa-

ging). In tre decenni la Creation Gallery di Tokyo si è evoluta in parallelo ad un ambiente ed un mondo in continuo cambiamento, proprio per questo, insieme all'esposizione, l'evento è stato arricchito con 30 'talks' ospitando grafici, artisti e direttori creativi.



**Fig.6**  
Parte dei manifesti presenti nella mostra



**Fig.7**  
Stanza principale della mostra, nonché la più ampia

**Fig.8**  
Ingresso  
principale della  
Creation Gallery



**Fig.9**  
Ingresso  
secondario della  
Creation Gallery



Obiettivo della stessa e delle attività ad essa connesse è infatti quello di mostrare quali sono state le tendenze del passato e quelle che verranno in futuro, dando l'opportunità ai visitatori di capire in che modo influiranno nelle scelte progettuali dei designer negli anni a venire.

Anche in questo caso, lo spazio è caratterizzato da un rigoroso minimalismo e dall'utilizzo predominante del bianco e del nero.



**Fig.10**  
Manifesto  
promozionale  
realizzato per la  
mostra

# Hasami Exhibition - Aimo Koimo

**Luogo:** Shibuya ku, Tokyo (Giappone)

**Periodo:** dal 5/9/2017 al 10/9/2017

**Designer:** Kei Harada (DO.DO)

Lo studio di design Do.Do con sede a Tokyo ha allestito questa mostra per celebrare l'arte della ceramica tradizionale giapponese, nello specifico quella proveniente dalla città di Hasami, nella prefettura di Nagasaki.

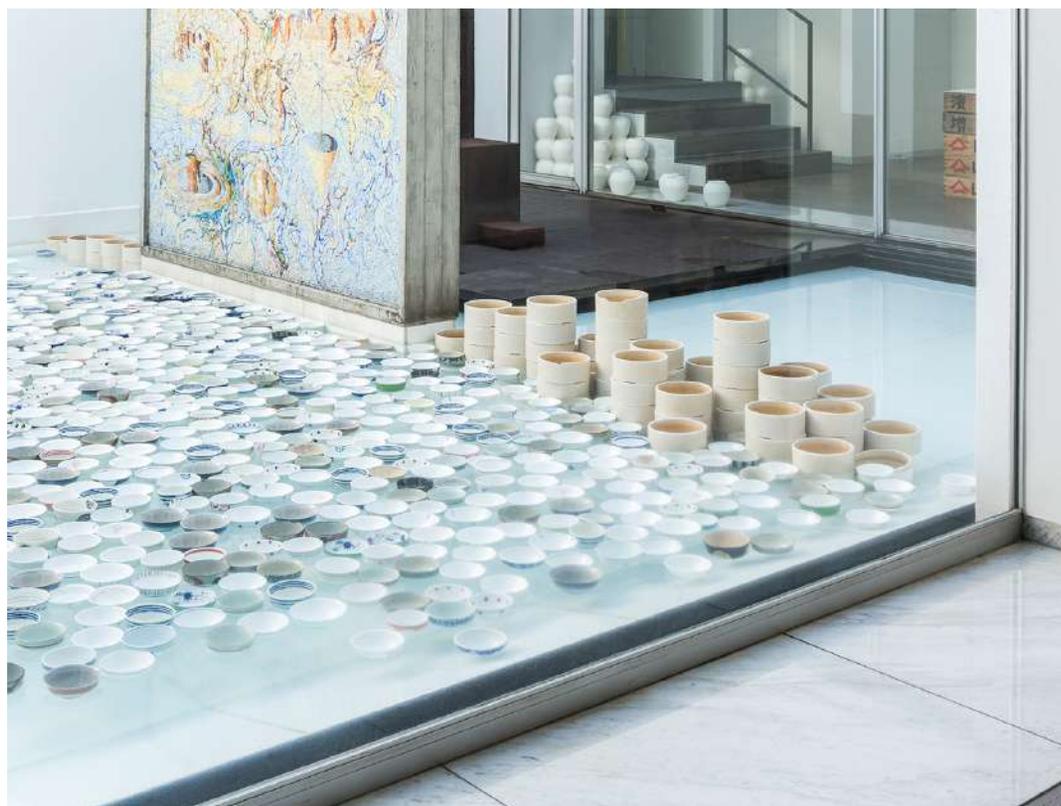
Lo spazio espositivo è stato arricchito con diversi oggetti utilizzati nelle feste locali, tra questi, lanterne di carta, palloncini e vestiti tradizionali.

Il titolo della mostra si può tradurre con 'questo e anche quello' e si riferisce ai vari

stili decorativi che caratterizzano le ceramiche; ciò ci viene mostrato nell'ingresso, dove il designer Harada ha disposto 3000 ciotole galleggianti in acqua, l'una diversa dall'altra.



**Fig.11**  
Sezione  
laboratoriale della  
mostra



**Fig.12**  
Le ciotole  
galleggianti  
presenti  
all'ingresso

**Fig.13**  
Logo realizzato  
per la mostra



**Fig.14**  
Scaffale dal  
quale si potevano  
acquistare i  
prodotti da  
dipingere



Gli oggetti utilizzati per l'allestimento creano quindi un ambiente simile ad un festival locale, suscitando e trasmettendo ai visitatori curiosità ed interesse; oltre a questo sono stati inseriti oggetti di vita quotidiana come arredo, sorpendendo ancor di più tutti coloro che hanno visionato la mostra. A livello estetico l'esposizione si caratterizza per la presenza di elementi grafici circolari ripetuti in varie superfici, oltre ad un utilizzo predominante del rosso, del

blu e del bianco; interessante e geniale è il modo in cui il designer ha deciso di verniciare alcuni tavoli, richiamando la pittura che anticipa il processo di cottura della ceramica.



**Fig.15**  
 Manifesto  
 realizzato per  
 l'evento

# Fragments of Graphism

**Luogo:** Creation Gallery G8, Tokyo (Giappone)

**Periodo:** dal 23/1/2018 al 22/2/2018

**Designer:** Kiyonori Muroga

La cultura del design grafico giapponese si è evoluta nel corso del XX secolo con una propria estetica e tecniche diverse dalla cultura del design occidentale; ora, nel 21° secolo, questo passato è diventato una ricca fonte da cui poter attingere.

Con la collaborazione di IDEA, la rivista di Seibundo Shinkosha che ha seguito lo sviluppo del design grafico sia in Giappone che a livello internazionale per oltre mezzo secolo dal suo lancio nel 1953; questa mostra offre

una panoramica del design grafico giapponese del XX secolo.

Oltre a questo, i visitatori hanno avuto modo di osservare un esperimento di re-interpretazione e riprogettazione di questa storia da parte di giovani grafici emergenti.



**Fig.16**  
Volumi storici  
selezionati dai  
designer grafici  
giapponesi



**Fig.17**  
Progetti grafici  
divisi per anno e  
appesi alle pareti

**Fig.18**  
Bozzetti di  
copertina per la  
rivista 'Idea'



**Fig.19**  
Una delle tre  
stanze in cui  
era possibile  
consultare i  
volumi storici



Lo spazio espositivo è diviso in tre sale: nella prima (sala A) 13 designer grafici hanno presentato i loro processi di ricerca e i rispettivi lavori di reinterpretazione della storia; nella seconda (Sala B) viene messo in mostra un archivio di tutti i numeri e le pubblicazioni della rivista IDEA; mentre nella terza (Sala C) è presente una biblioteca che offre approfondimenti sul futuro del design grafico attraverso volumi selezionati da 47 designer di tutto il paese.

L'obiettivo della mostra è quello di andare oltre una semplice raccolta dei lavori del passato, far nascere invece un'interpretazione critica per ciò che è, è stato e sarà il design grafico in Giappone. Il bianco è il colore predominante all'interno delle stanze, necessario per valorizzare tutti i lavori e i volumi esposti.



**Fig.20**  
Edizione speciale della rivista, realizzata per l'occasione

# Secret Source of Inspiration

**Luogo:** 21\_21 Design Sight Gallery, Tokyo (Giappone)

**Periodo:** dal 22/11/2019 al 22/9/2020

**Designer:** Kinya Tagawa

La mostra, diretta e progettata da Kinya Tagawa, è composta da disegni, schizzi e prototipi dei progettisti giapponesi membri del Japan Design Committee. La peculiarità è proprio nel fatto che, a differenza dei prodotti finali, questi oggetti e disegni 'dietro le quinte', sono raramente accessibili al pubblico, pur essendo fondamentali, in quanto rivelano un'essenza importante della creatività.

Il Japan Design Committee, fondato nel 1953, ha contri-

buito enormemente nello sviluppo di questo evento, raccogliendo e archiviando nel corso degli anni, una quantità incredibile di materiali di progettazione.

Tutto ciò che viene esposto è testimonianza della personale visione di ogni progettista, nonché delle loro preferenze e delle generazioni a cui appartengono.



**Fig.21**  
 Stanza principale  
 con i prodotti  
 esposti su teche  
 illuminate



**Fig.22**  
 Alcuni dei  
 progetti grafici  
 esposti dentro le  
 teche

**Fig.23**  
Shop della  
mostra presente  
all'uscita



**Fig.24**  
Esterno della  
galleria dove si è  
tenuta la mostra



I visitatori e in particolare i giovani progettisti emergenti vengono stimolati a comprendere i mezzi e i processi di progettazione di un tempo, cercando di ripercorrere le fasi creative dei designer stessi.

Questa mostra vuole essere un punto di connessione tra vecchie e nuove generazioni, offrendo a tutti l'opportunità di capire gli errori del passato ma anche quelli del presente e del futuro; tra questi quello di considerare indispensabili gli strumenti

digitali per lo sviluppo del proprio lavoro.

Pulizia estetica e minimalismo caratterizzano anche questo ambiente, estremamente essenziale sia nell'arredo che nei colori utilizzati per i pannelli informativi.

**Fig.25**  
Manifesto  
realizzato per  
promuovere la  
mostra



# Hello! Hikko Tanaka

**Luogo:** Gallery 27, Hong Kong (Cina)

**Periodo:** dal 20/10/2019 al 8/11/2019

**Designer:** Alan Chan

Progettata e diretta dal designer cinese Alan Chan, questa mostra espone cento poster e progetti grafici del designer grafico giapponese per eccellenza, Ikko Tanaka. Ikko Tanaka è largamente considerato come uno dei grafici giapponesi più importanti ed influenti del ventesimo secolo, i suoi progetti sono ben conosciuti per la loro composizione innovativa, per il meticoloso utilizzo del colore, oltre ad un'incredibile efficacia nel comunicare pensieri ed informazioni.

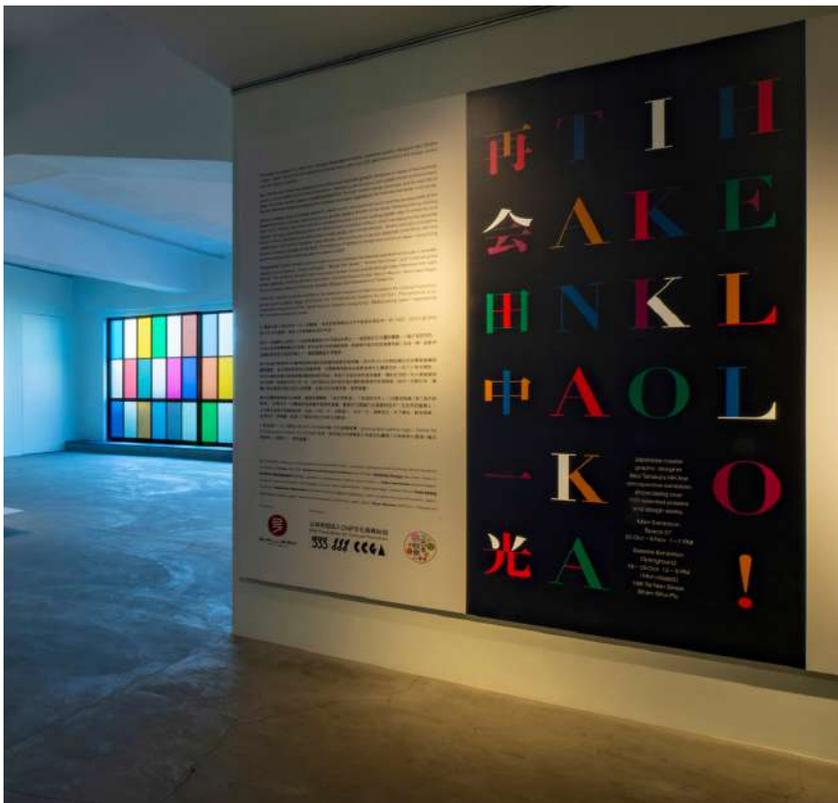
Attraverso i manifesti ha saputo reinventare l'estetica tradizionale giapponese attraverso un linguaggio progettuale più moderno, e fu

il primo designer giapponese ad operare fuori il paese, riscuotendo un grande successo nella comunità internazionale del design.

Questa esposizione traccia la 'traiettoria creativa' di Tanaka e ripercorre la sua carriera attraverso una divisione tematica in quattro capitoli: 'Roots of Design', 'Words that Speak', 'Across the Ocean' e 'Cultivating the Market'.

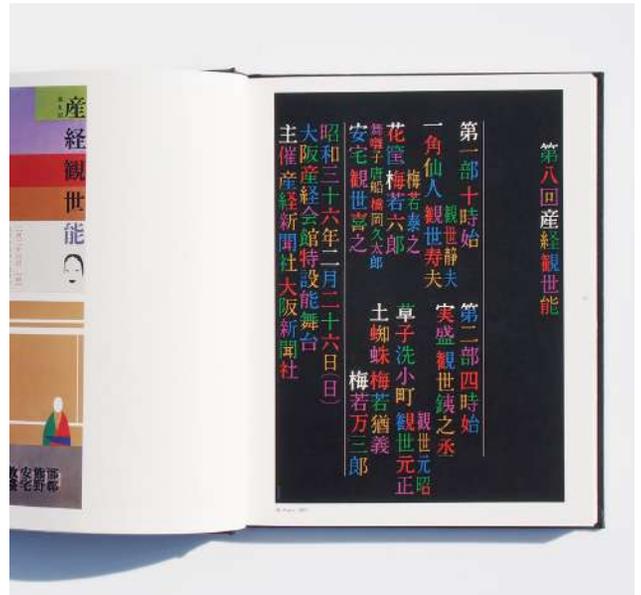


**Fig.26**  
Progetti esposti  
centralmente alla  
sala in ordine  
cronologico



**Fig.27**  
Ingresso della  
mostra con breve  
biografia del  
designer

**Fig.28**  
 Catalogo che  
 raccoglie i  
 progetti esposti  
 nella mostra



**Fig.29**  
 Sala principale  
 con i manifesti  
 più iconici di Ikko  
 Tanaka

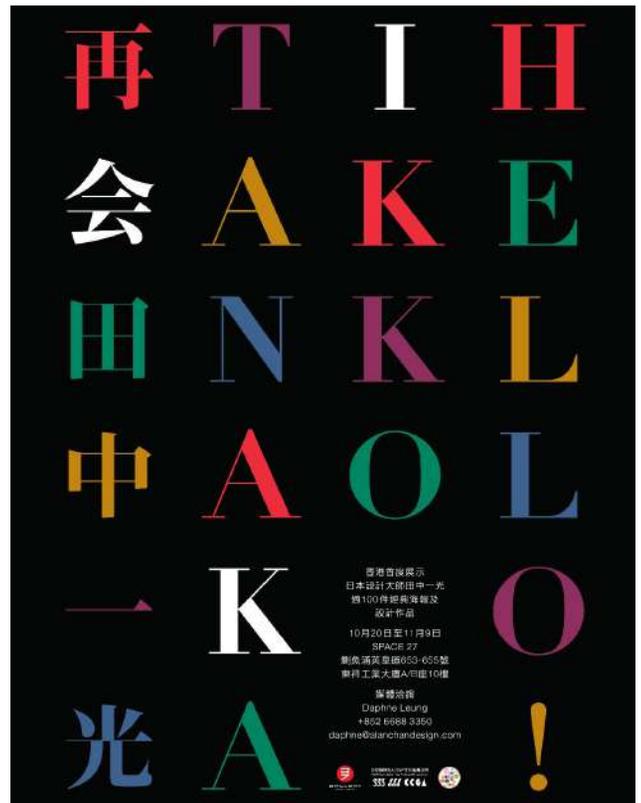


Oltre a questo, i visitatori hanno avuto modo di approfondire la vita lavorativa di Tanaka attraverso interviste di coloro che hanno avuto la fortuna di collaborare assieme a lui.

Obiettivo della mostra è quello di far comprendere agli appassionati e agli amanti del design giapponese l'incredibile contributo ed influenza che Ikko Tanaka ha esercitato nella creatività e nell'estetica della grafica industriale contemporanea; mostrandoci nello specifico,

quante qualità ed ispirazioni possano venir fuori dalla vita di tutti i giorni.

Come nei casi precedenti, anche qui è presente un estremo minimalismo nello spazio espositivo, arricchito però dai colori sgargianti utilizzati nei manifesti.



**Fig.30**  
Manifesto  
realizzato per la  
mostra

# Colorful Japan

**Luogo:** Stedelijk Museum, Amsterdam (Olanda)

**Periodo:** 7/9/2019 al 2/2/2020

**Designer:** Carolien Glazenburg

Colorful Japan è un omaggio dello Stedelijk Museum al grafico giapponese Shigeru Watano (1937-2012) e presenta 226 poster giapponesi in mostra nella Galleria D'onore.

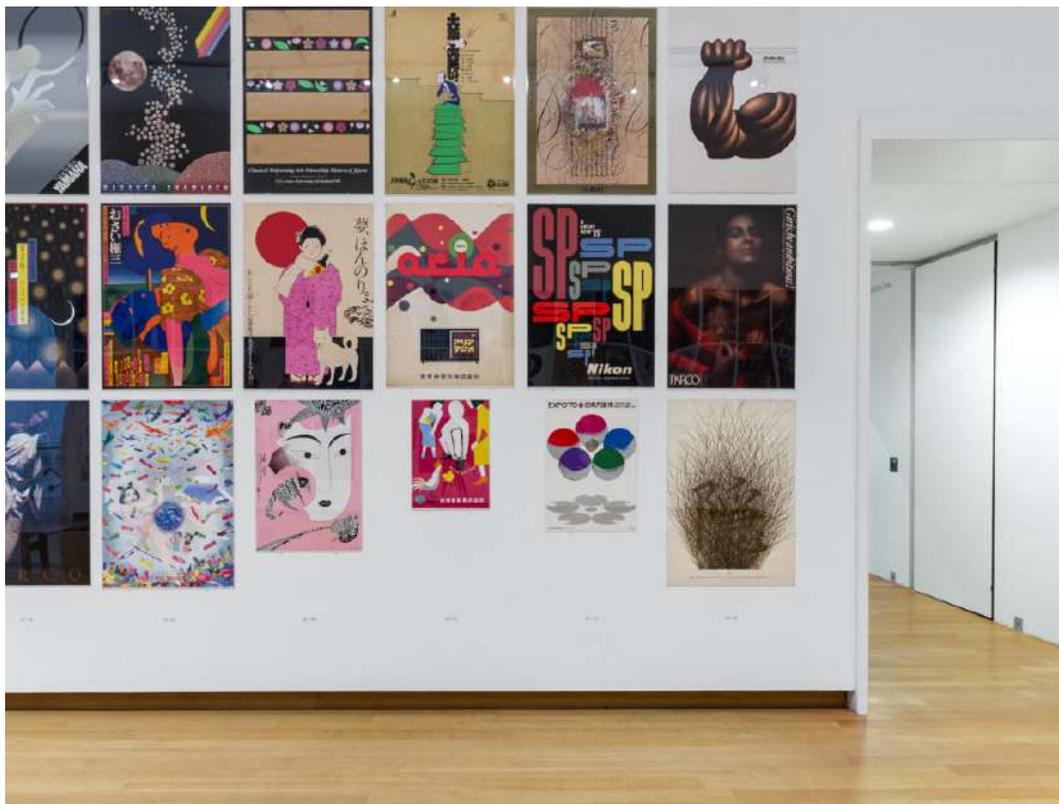
Watano, che viveva nei Paesi Bassi, era un collegamento vitale tra lo Stedelijk e numerosi designer nipponici; grazie al suo contributo, il museo è stato in grado di acquisire molti manifesti, in parallelo alle generose donazioni dei designer stessi. La mostra presenta un'incredibile varietà di progetti, il poster più antico risale al 1937, il più recente al 2018; sono esposti i lavori dei grafici più famosi, tra questi Hiroshi Ochi, Kazumasa Na-

gai, Ikko Tanaka, Yusaku Kamekura, Mitsuo Katsui e altri ancora.

Rispetto a ciò che è avvenuto in Europa, la cartellonistica giapponese è una disciplina relativamente recente e si è sempre caratterizzata per l'incredibile varietà di stili: alcuni ostentano toni vivaci, altri sono più 'pacati' e minimali.



**Fig.31**  
Ingresso della  
sala dedicata alla  
mostra



**Fig.32**  
Parte dei  
manifesti più  
recenti (fino XX°  
secolo)

**Fig.33**  
Manifesti risalenti  
alla prima metà  
del XX° secolo



**Fig.34**  
Le due pareti  
principali della  
sala espositiva

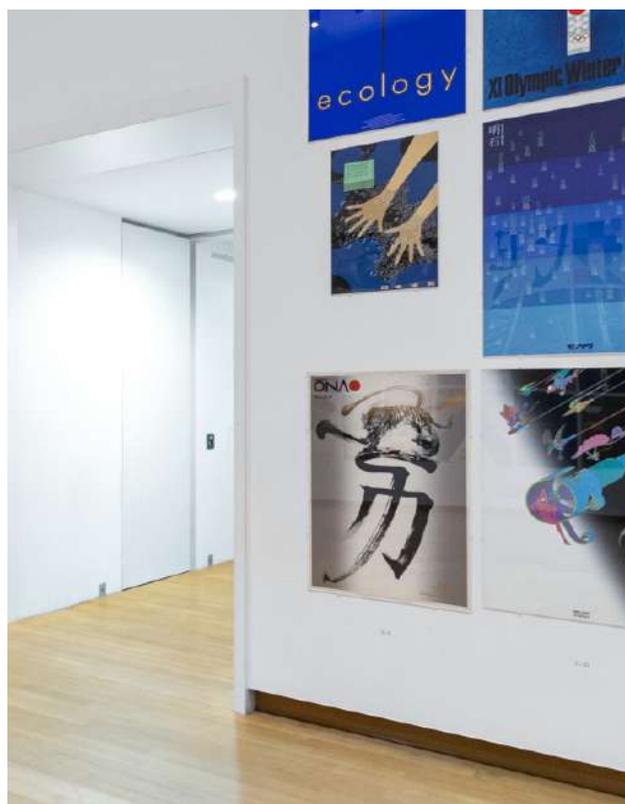


La cultura visiva di questo paese è inoltre meno diretta ma spesso molto più poetica e i caratteri tradizionali svolgono un importante ruolo decorativo, sia posizionandoli orizzontalmente che verticalmente.

L'esposizione, quindi, mostra e descrive le tendenze che si sono susseguite nel cor-

so degli anni, permettendo ai visitatori di comprendere perché la cultura giapponese è così unica e distinguibile.

Le pareti della stanza sono completamente riempite da questi poster, dando l'effetto di avere davanti un'opera unica ma ricca di elementi.



**Fig.35**  
Manifesti  
adiacenti  
all'uscita della  
sala

# Graphic Design in Japan 2022

**Luogo:** Tokyo Midtown Design Hub, Tokyo (Giappone).

**Periodo:** dal 30/6/2022 al 11/8/2022

**Designer:** Masahiro Kakinokihara

Dal 1981, la Japan Graphic Design Association (JAGDA), pubblica un volume al termine di ogni anno (Graphic Design in Japan), raccogliendo e riassumendo l'eccezionale lavoro e le opere dei membri JAGDA in merito all'anno appena trascorso.

Con la pubblicazione del 2022, si è allestita una mostra al Tokyo Midtown Design Hub, in cui vennero

esposte dal vivo e su monitor circa 300 opere; da riviste a libri, packaging, insegne, poster, web design e non solo.

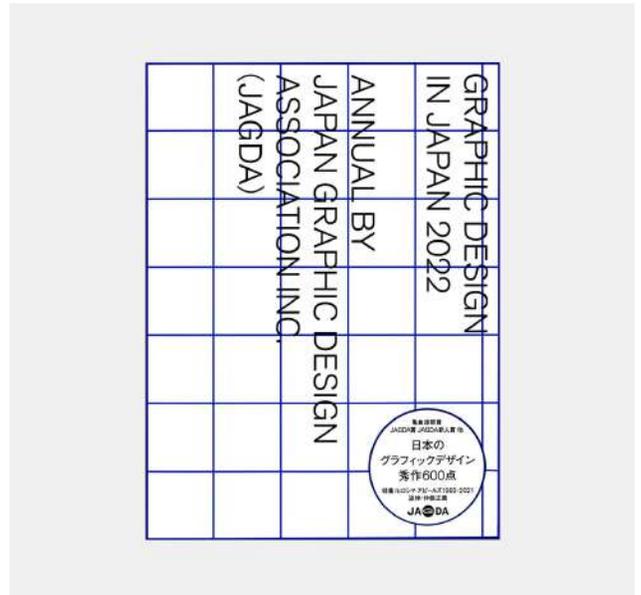


**Fig.36**  
Manifesti esposti  
pendenti dal  
soffitto



**Fig.37**  
Alcuni dei  
progetti di  
packaging  
esposti

**Fig.38**  
 Catalogo che  
 raccoglie i  
 migliori progetti  
 dell'anno  
 trascorso

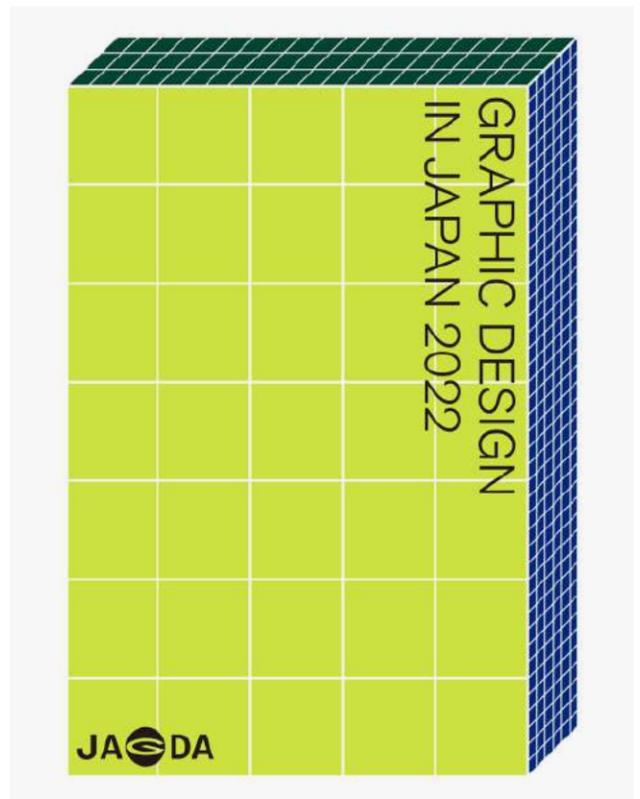


**Fig.39**  
 Ingresso dello  
 spazio espositivo



Molto variegata è quindi la tipologia di prodotti esposti, in parte posizionati su tavoli o display e in parte appesi al soffitto; i visitatori si trovano circondati dai progetti e immersi in un ambiente ricco di ingegno e creatività. Molto interessante è la grafica e in particolare i manifesti, realizzati da Yuri Ueni-

shi, rimandano infatti ad un volume stilizzato che viene estratto dalla sua custodia man mano che si prosegue con la visita della mostra. I colori, ossia verde e blu, vengono poi ripresi per i banner informativi dei progetti.



**Fig.40**  
Manifesto  
realizzato per  
l'evento



## Casi studio editoriali

Successivamente ai casi studio di esposizioni, ho preso in esame e consultato diversi volumi, in modo da avere una panoramica e un riferimento su ciò che è stato già trattato e ciò che invece non è stato analizzato e approfondito.

Oltre a questo si sono rivelati utili per conoscere diversi aspetti tecnici e progettuali descritti dai designer stessi, aiutandomi a comprendere approcci e stili della contemporaneità.

I tre libri di seguito elencati presentano una vasta gamma di progetti, recenti e non.

# Made in Japan

**Autore:** Federica Romagnoli

**Anno:** 2021

**Casa editrice:** Nui Nui

Made in Japan è un ricchissimo libro fotografico nel quale vengono presentati e descritti i lavori di 40 designer e studi contemporanei del Giappone.

Un testo che contiene gli ambiti più vari del design grafico nipponico, con uno sguardo costantemente rivolto alle influenze della tradizione locale.

I lavori presentati all'interno spaziano da campagne per la presentazione dell'identità di un marchio ai manifesti, dal design della moda a quello degli spazi.

Un'antologia di lavori eccezionali, espressione di uno stile ammirato ed emulato in tutto il mondo. Per aiutarci nel comprendere il successo

di questa grafica, il volume si apre con un'introduzione all'argomento: un rapido excursus dalla nascita della grafica in Giappone, fino agli studi odierni che mixano tradizione e avanguardia.

Seguono poi sei interviste con designer chiave della contemporaneità nipponica a cui vengono poste domande circa cosa sia il design, come le idee su di esso siano cambiate, le influenze sul proprio lavoro, la filosofia del design, le nuove generazioni e i progetti futuri. Questo semplice strumento si rivela potente nel mettere in risalto e far emergere varie prospettive e punti di vista sul design contemporaneo.



**Fig.1**  
Pagina interna del  
volume

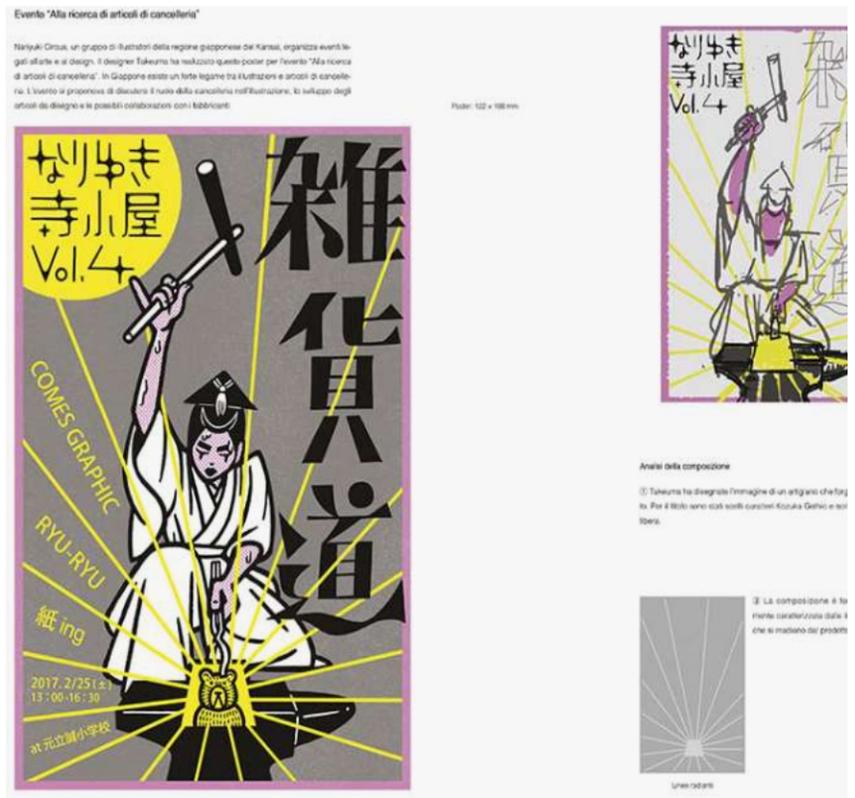


**Fig.2**  
Copertina del  
libro

**Fig.3**  
Copertina del  
libro



**Fig.4**  
Coppia di  
pagine interne



# Originalità della grafica giapponese

**Autore:** Federica Romagnoli

**Anno:** 2020

**Casa editrice:** Nui Nui

Originalità della grafica giapponese è diviso in 5 capitoli (principi di composizione, composizione tipografica, la tavolozza cromatica, lo spazio negativo e le illustrazioni) e contiene più di 100 progetti grafici che spaziano da poster a biglietti di ingresso passando per volantini, album e altro ancora.

Per ciascun progetto oltre al titolo è una breve introduzione ed è riportata un'analisi da parte del designer o un'infografica che ne sottolinea gli aspetti più originali.

Ogni capitolo si apre con una brevissima introduzione al tema e poi ci si tuffa nei progetti, in modo che siano le immagini stesse a parlare. Queste opere, tra le più famose e suggestive degli ultimi anni, incarnano al meglio tutta la creatività e l'originalità dello stile nipponico.

# WA, l'essenza del design giapponese

**Autore:** Rossella Menegazzo, Stefania Piotti

**Anno:** 2015

**Casa editrice:** L'ippocampo

Dai kimono alle scatole da cibo laccate, dai ventagli alle ceramiche Raku, passando per i pezzi classici di maestri come Shiro Kuramata e Sori Yanagi senza tralasciare le produzioni di stilisti contemporanei e designer emergenti. Le 250 opere presenti in questo volume si susseguono tracciando parallelismi tra passato e presente, tra forme e materiali, in un gioco di irregolarità e asimmetrie, di pieni e vuoti, per guidare il lettore in un bellissimo viaggio alla scoperta dello spirito del Sol Levante. «Wa», in giapponese, rimanda al concetto di armonia e pace, ma è anche sinonimo del Giappone e della sua cultura.

Per questo è stato scelto come chiave di lettura per riferirsi a quella «giapponesità» che l'Occidente identifica come paradigma di bellezza e che nel campo del design si traduce nella semplicità delle forme, nell'utilizzo di materiali naturali, ma anche in un'attitudine interiore nei confronti dell'artigianato, dell'arte e della vita in generale.



**Fig.5**  
Copertina del libro



**Fig.6**  
Coppia di  
pagine interne



# Design Identity

L'identificazione di simboli, luoghi o rappresentazioni grafiche associate ad un evento o un'organizzazione di eventi sono una forma di 'branding', che definiscono la Design Identity.

La D. Identity gioca un ruolo fondamentale nel plasmare l'intera esperienza di una mostra, essendo il primo punto di contatto con i potenziali visitatori.

Deve trasmettere il giusto tipo di energia ed emozione per attirare la folla e lasciare un'impressione duratura; sicuramente un buon concept è fondamentale, si può infatti giocare in modo creativo con il logo, con le ambientazioni, in modo da poter ispirare, informare e avere un impatto positivo sui visitatori e organizzatori.

Inoltre, il buon uso della tipografia e dei colori può immediatamente suscitare curiosità; sono tutti metodi,

grazie ai quali, un designer, trasmette il suo messaggio in maniera efficace, attraverso una solida identità.

Lo scopo dell'evento guida le scelte progettuali; se si tratta di un evento promozionale o espositivo, cambia il modo di progettare la sua identità.

Gli eventi aziendali devono rispettare la brand identity dell'azienda ed essere allineati al lancio promozionale; gli eventi pubblici, invece, devono tener conto del tema, che sia arte sport o musica.

In qualsiasi caso, quando si progetta per un evento, bisogna tenere a mente che si progetta un'esperienza, non si lavora solo sull'estetica ma anche sulla corretta fruizione delle informazioni. Oltre ad attirare l'attenzione, bisogna prevedere la leggibilità delle informazioni e il comfort della vista.

# Progetto d'Identità visiva.



## Logo

Il logo nasce da un carattere senza grazie molto lineare, lo Sharp Sans; sono state poi modificate due lettere per dare più identità allo stesso.

La scritta 'Japonisme' è accompagnata dal titolo dell'evento, chiaro ed evocativo, che spiega con poche parole l'obiettivo e il contenuto della mostra.

**JAPONISME**  
LA GRAFICA GIAPPONESE OLTRE IL MANIFESTO

## Griglia e costruzione del logo



Font del logo: Sharp Sans Semibold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789

## Varianti cromatiche del logo

Di seguito vengono riportati: logo azzurro in positivo, logo in negativo su fondo azzurro nel secondo, logo monocromatico in positivo nel terzo, il logo monocromatico in negativo nel quarto, logo grigio in positivo nel quinto ed infine il logo in negativo su fondo grigio.

Per l'applicazione su fondi colorati o fotografici è necessario utilizzare la versione in negativo del logo.

**JAPONISME**  
LA GRAFICA GIAPPONESE OLTRE IL MANIFESTO

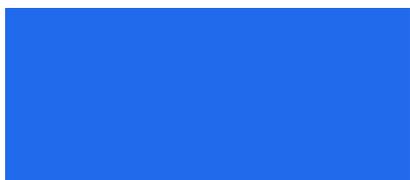


# JAPONISME

LA GRAFICA GIAPPONESE OLTRE IL MANIFESTO

## Colori utilizzati

Di seguito vengono elencati i colori utilizzati con i relativi codici pantone, codice hex e valori cmyx e rgb.



Pantone 2935  
C: 83 M: 60 Y: 0 K: 0  
R: 33 G: 106 B: 236  
HEX: #216aec



C: 0 M: 0 Y: 0 K: 100



C: 0 M: 0 Y: 0 K: 100  
Tonalità: 22%

## Leggibilità

Per garantire la leggibilità del logo, bisogna rispettare le dimensioni minime.

Qui viene rappresentato il logo in diverse dimensioni, in ordine decrescente dall'alto verso il basso, la versione più piccola rappresenta la dimensione minima sotto la quale non si può scendere.

**JAPONISME**  
LA GRAFICA GIAPPONESE OLTRE IL MANIFESTO

**JAPONISME**  
LA GRAFICA GIAPPONESE OLTRE IL MANIFESTO

**JAPONISME**  
LA GRAFICA GIAPPONESE OLTRE IL MANIFESTO

---

50 mm

## Area di rispetto

Il logo dev'essere sempre posizionato ad un'opportuna distanza da qualsiasi altro elemento, l'area di rispetto è la porzione di spazio in prossimità del logo nella quale non dev'essere mai inserito alcun elemento grafico, tipografico o immagini.

Questo accorgimento è necessario per mantenere la leggibilità del logo nelle diverse applicazioni.



## Utilizzo dell'area di rispetto

✘



✔



## Variante logo

Il logo presenta una variante in cui è presente unicamente la scritta 'Japonisme'. Il font utilizzato e i colori in cui è possibile rappresentarlo sono gli stessi del logo principale, cambiano, invece, area di rispetto e leggibilità.

**JAPONISME**

Leggibilità

JAPONISME

JAPONISME

JAPONISME

JAPONISME

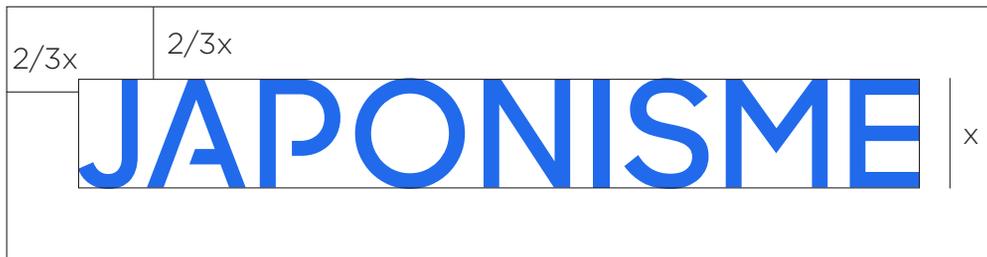
JAPONISME

JAPONISME

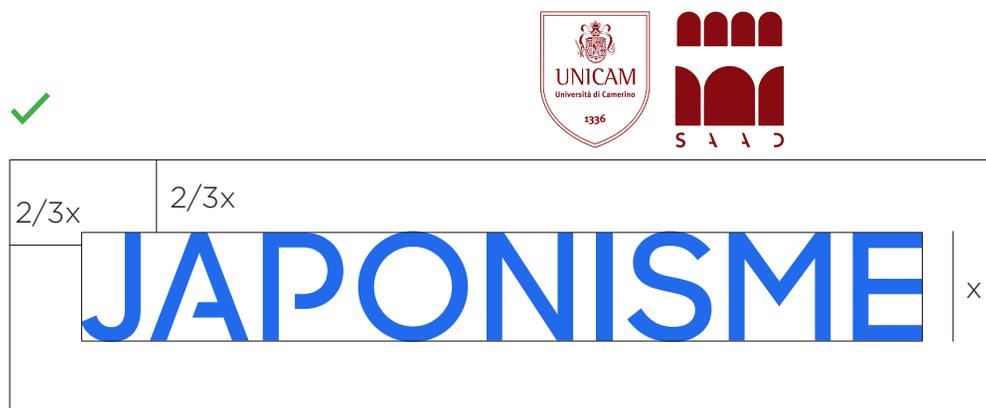
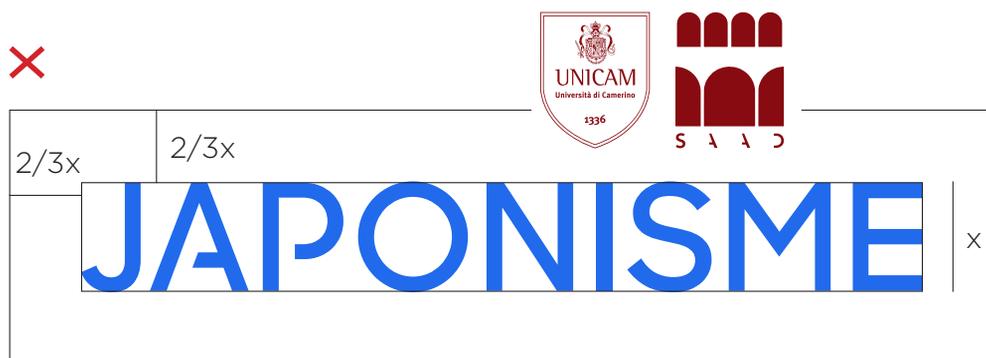
30 mm

## Area di rispetto

Anche in questo caso il logo dev'essere sempre posizionato ad un'opportuna distanza da qualsiasi altro elemento grafico, tipografico o un'immagine.



## Utilizzo dell'area di rispetto



# Manifesti

I manifesti sono stati progettati per promuovere la mostra e fornire tutte le informazioni necessarie.

Vi sono quattro varianti, tutte presentano il logo nella parte alta e il titolo che si 'spezza' lungo il manifesto, nella parte inferiore, invece, è indicato il luogo e i giorni in cui la mostra sarà visitabile.

**Dimensioni** : 700 x 1000 mm

**Griglia**: 680 x 980 mm, 7 colonne e 14 righe

**Margini**: 25 mm

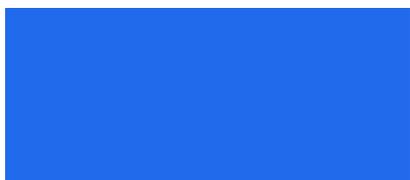
**Abbondanza**: 5 mm



## Colori utilizzati

Di seguito vengono elencati i colori utilizzati con i relativi codici pantone, codice hex e valori cmyx e rgb.

Il fondo del manifesto non è bianco, bensì una variante di grigio molto tenue.



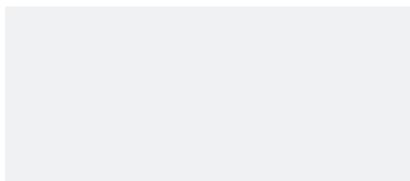
Pantone 2935  
C: 83 M: 60 Y: 0 K: 0  
R: 33 G: 106 B: 236  
HEX: #216aec



C: 0 M: 0 Y: 0 K: 100



C: 0 M: 0 Y: 0 K: 100  
Tonalità: 22%



C: 0 M: 0 Y: 0 K: 100  
Tonalità: 6%

Font utilizzati:

Sharp Sans Semibold  
Sharp Sans Medium

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789

## Specifiche manifesto

**Logo :**  
474x 62 mm  
Sharp Sans  
Semibold

JAPONISME

グラフィクス

LA GRAFICA  
GIAPPONESE

OLTRE やまと

IL MANIFESTO

マニフェスト

**Titolo :**  
Sharp Sans  
Medium  
186 pt

**Data :**  
Sharp Sans  
Medium  
200 pt

04.07-  
20.07.2023

Palazzo dei Capitani  
Ascoli Piceno

**Luogo :**  
Sharp Sans  
Medium  
76 pt

# JAPONISME

グラフィクス

LA GRAFICA  
GIAPPONESE

やまと

OLTRE  
IL MANIFESTO

マニフェスト



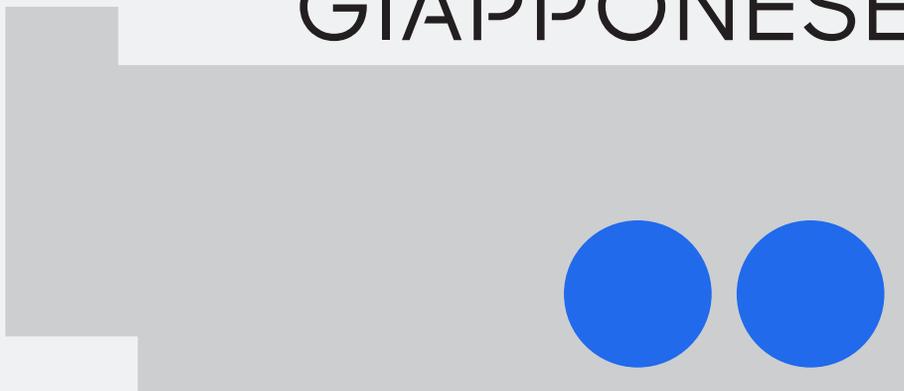
Palazzo dei Capitani  
Ascoli Piceno

04.07-  
20.07.2023

# JAPONISME

グラフィクス

LA GRAFICA **やまと**  
GIAPPONESE



OLTRE **マニフェスト**  
IL MANIFESTO

04.07-  
20.07.2023

Palazzo dei Capitani  
Ascoli Piceno

# JAPONISME

グラフィクス

やまと LA GRAFICA  
GIAPPONESE



マニフェスト OLTRE  
IL MANIFESTO

Palazzo dei Capitani  
Ascoli Piceno

04.07-  
20.07.2023

# JAPONISME

グラフィクス

LA GRAFICA  
GIAPPONESE

OLTRE  
IL MANIFESTO

マニフェスト



04.07-  
20.07.2023

Palazzo dei Capitani  
Ascoli Piceno

# JAPONISME

グラフィクス

LA GRAFICA  
GIAPPONESE

やまと

OLTRE  
IL MANIFESTO

マニフェスト



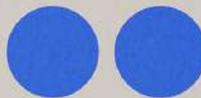
Palazzo dei Capitani  
Ascoli Piceno

04.07-  
20.07.2023

# JAPONISME

グラフィクス

LA GRAFICA **やまと**  
GIAPPONESE



OLTRE **マニフェスト**  
IL MANIFESTO

04.07-  
20.07.2023

Palazzo dei Capitani  
Ascoli Piceno

# JAPONISME

グラフィクス

やまと LA GRAFICA  
GIAPPONESE



マニフェスト OLTRE  
IL MANIFESTO

Palazzo dei Capitani  
Ascoli Piceno

04.07-  
20.07.2023

# Billboard

Oltre ai manifesti, sono stati progettati dei billboard. Questo cartellone pubblicitario orizzontale fornisce le stesse informazioni degli artefatti sopra presentati, ma in un formato più grande, in modo da poter essere ancora più visibile e letto con maggior facilità. I colori e i font utilizzati sono gli stessi del manifesto.

**Dimensioni** : 2100 x 1000 mm

**Griglia**: 2060 x 960 mm, 10 colonne e 6 righe

**Margini**: 80 mm

Griglia billboard

The image shows a billboard layout with a grid overlay. The text is arranged as follows:

- JAPONISME** (Large title)
- LA GRAFICA GIAPPONESE OLTRE IL MANIFESTO
- 展覧会 (Exhibition)
- 04.07-  
20.07.2023 (Dates)
- Palazzo dei Capitani  
Ascoli Piceno (Location)

A graphic element on the right side consists of a grey rectangular shape with two blue circles on its right edge, partially overlapping the location text.

## Specifiche billboard

**Logo :**  
1006 x 132 mm  
Sharp Sans  
Semibold

**Titolo :**  
Sharp Sans  
Medium  
192 pt

# JAPONISME

LA GRAFICA GIAPPONESE OLTRE IL MANIFESTO

展覧会

04.07-  
20.07.2023

Palazzo dei Capitani  
Ascoli Piceno

**Data :**  
Sharp Sans  
Medium  
440 pt

**Luogo :**  
Sharp Sans  
Medium  
170 pt

Billboard variante 1

# JAPONISME

LA GRAFICA GIAPPONESE OLTRE IL MANIFESTO

展覧会

04.07-  
20.07.2023



Palazzo dei Capitani  
Ascoli Piceno



**JAPONISME**  
LA GRAFICA GIAPPONESE OLTRE IL MANIFESTO  
展覧会

04.07-  
20.07.2023

Palazzo dei Capitani  
Ascoli Piceno

# Banner

Ai manifesti e ai billboard si aggiungono, tra gli artefatti della cartellonistica, i banner.

Solitamente sono posizionati all'interno dello spazio espositivo o nei pressi dell'ingresso, motivo per cui possiedono meno informazioni rispetto ai pannelli sopra citati.

I colori e i font utilizzati sono gli stessi del manifesto e del billboard.

**Dimensioni** : 500 x 1500 mm

**Griglia**: 470 x 1470 mm, 6 colonne e 17 righe

**Margini**: 15 mm

**Abbondanza** : 15 mm



# Specifiche banner

**Logo :**  
630 x 80 mm  
Sharp Sans  
Semibold



**Data :**  
Sharp Sans  
Semibold  
220 pt

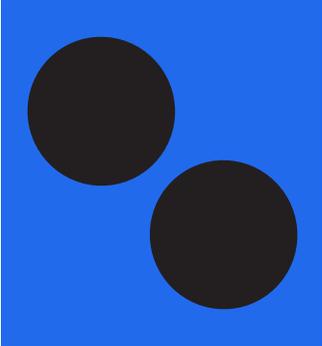
**Luogo :**  
Sharp Sans  
Semibold  
82/110 pt

**JAPONISME**

04.07-  
20.07  
2023

Palazzo dei Capitani  
Ascoli Piceno

グラフ



日本

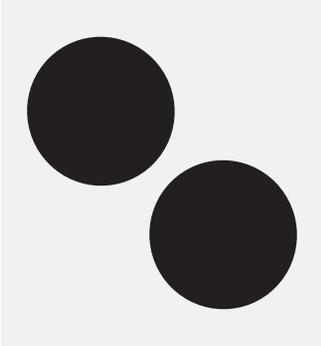
イクス

**JAPONISME**

04.07-  
20.07  
2023

Palazzo dei Capitani  
Ascoli Piceno

グラフ



日本

イクス



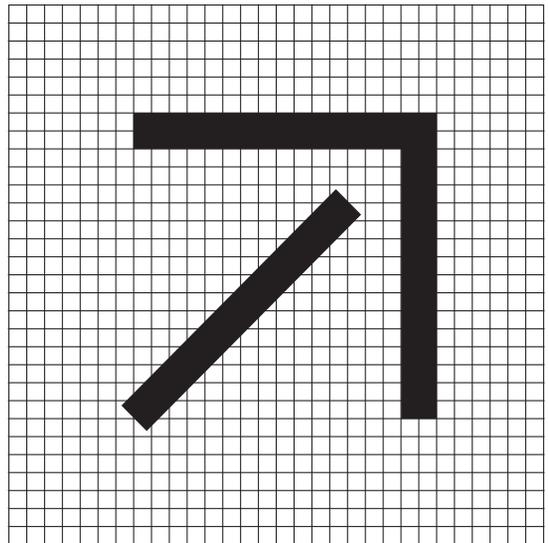
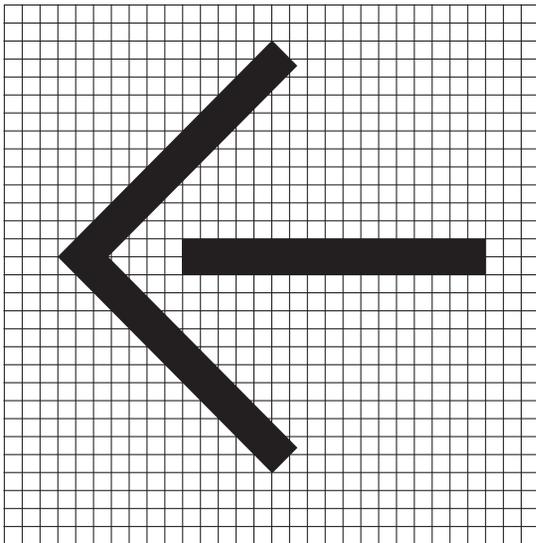
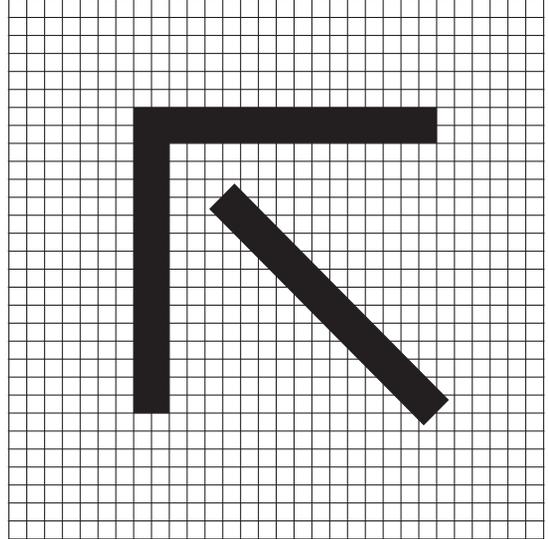
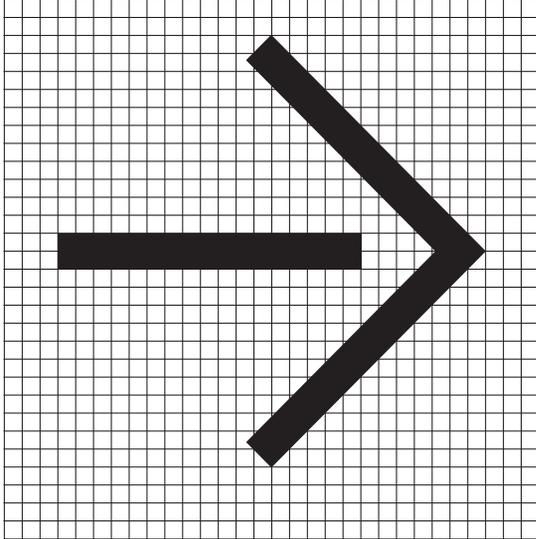


# Wayfinding

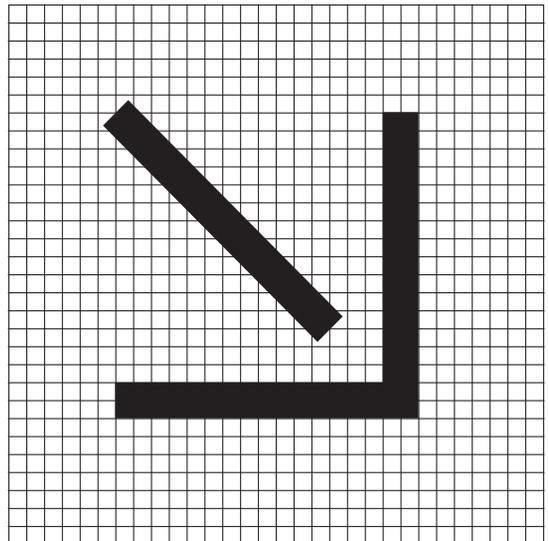
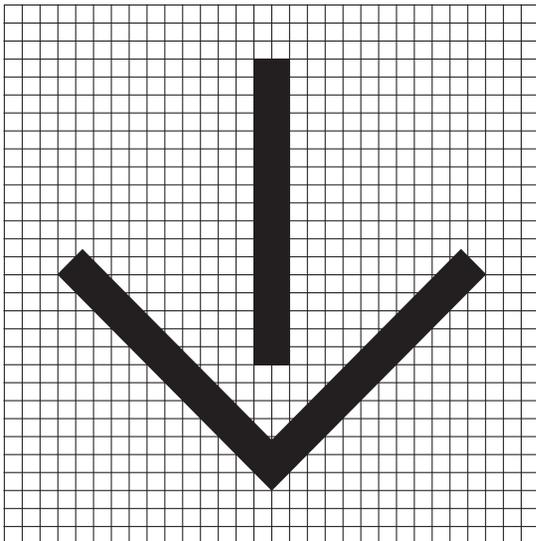
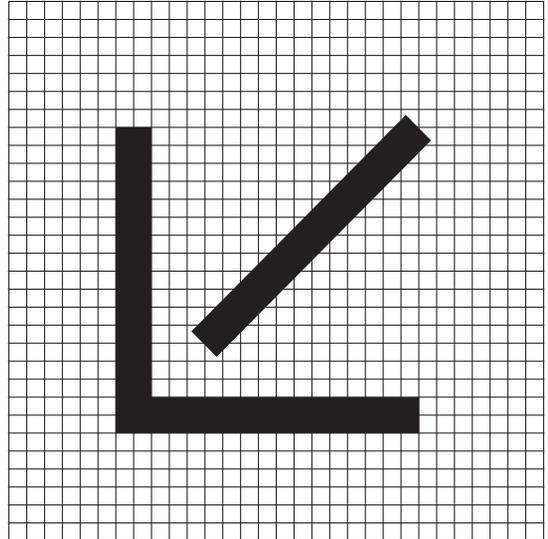
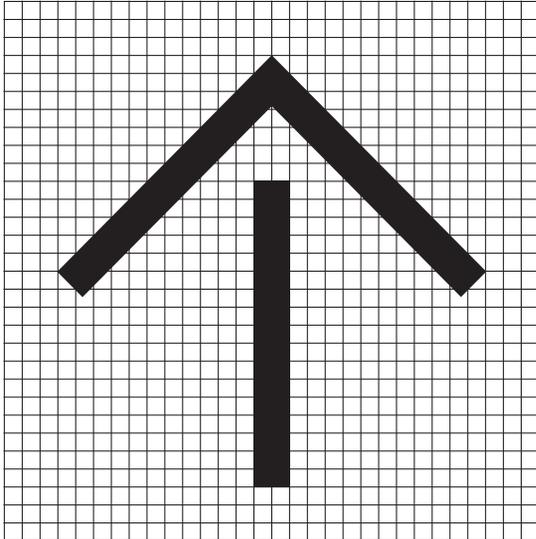
È stato progettato anche un sistema di wayfinding in modo da potersi orientare in maniera corretta e indicare le varie zone all'interno dello spazio espositivo. La wayfinding comprende frecce, icone e numeri.

**Griglia** : 30 righe e 30 colonne

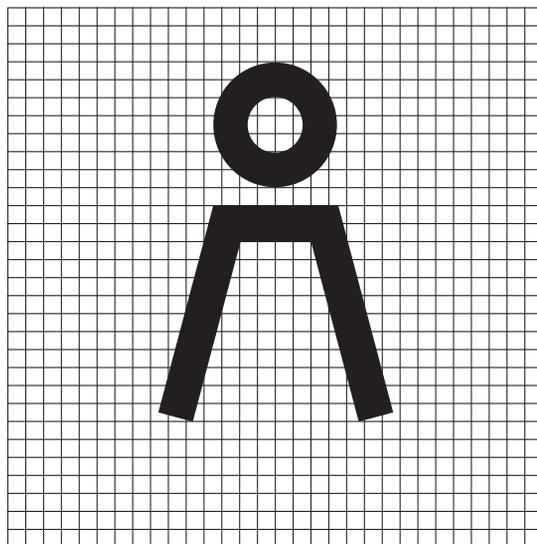
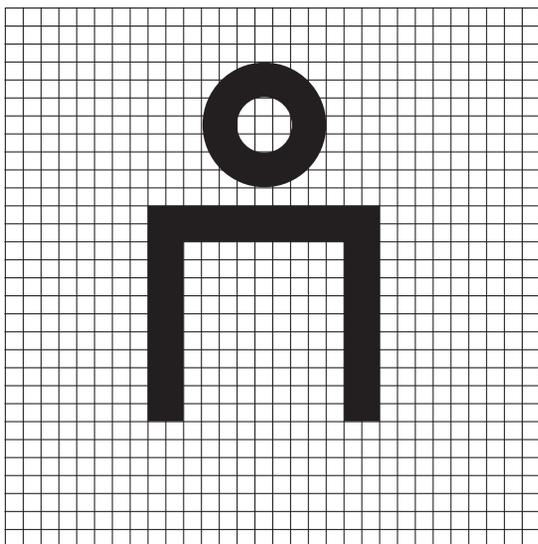
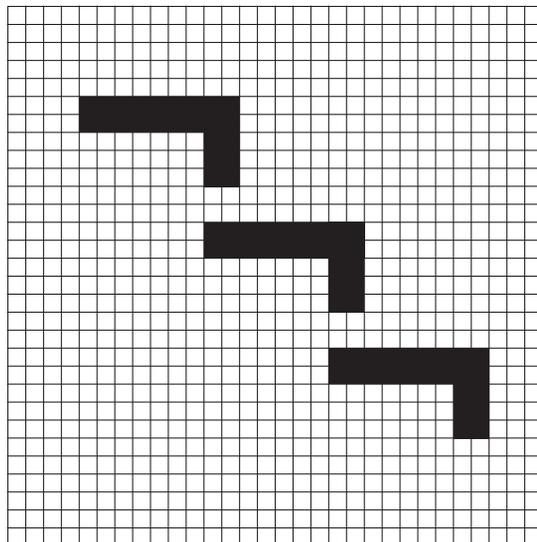
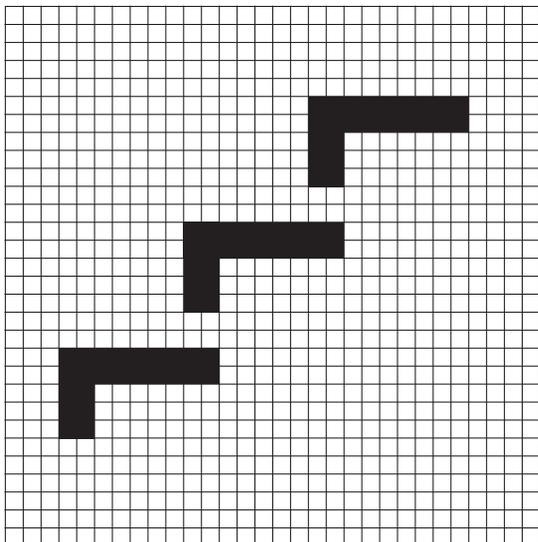
# Griglia costruttiva frecce



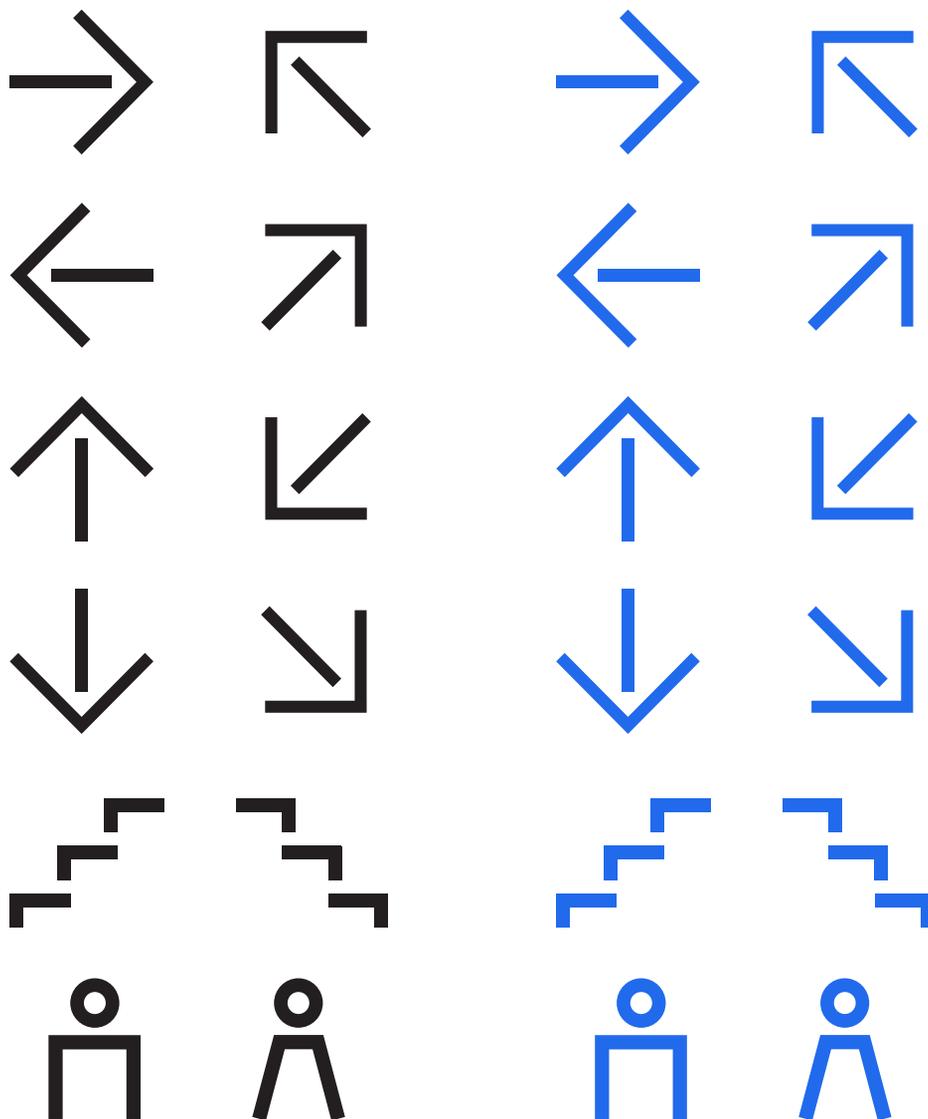
# Griglia costruttiva frecce



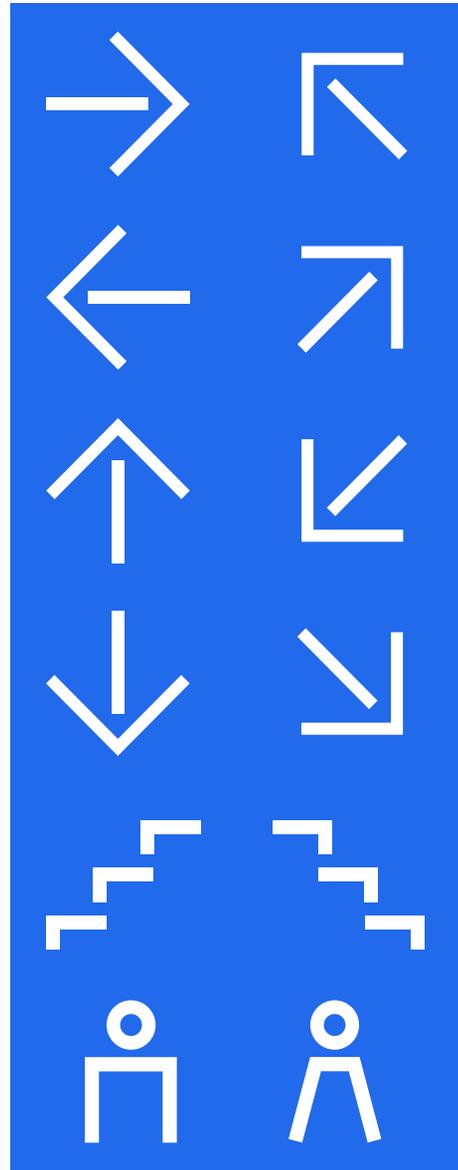
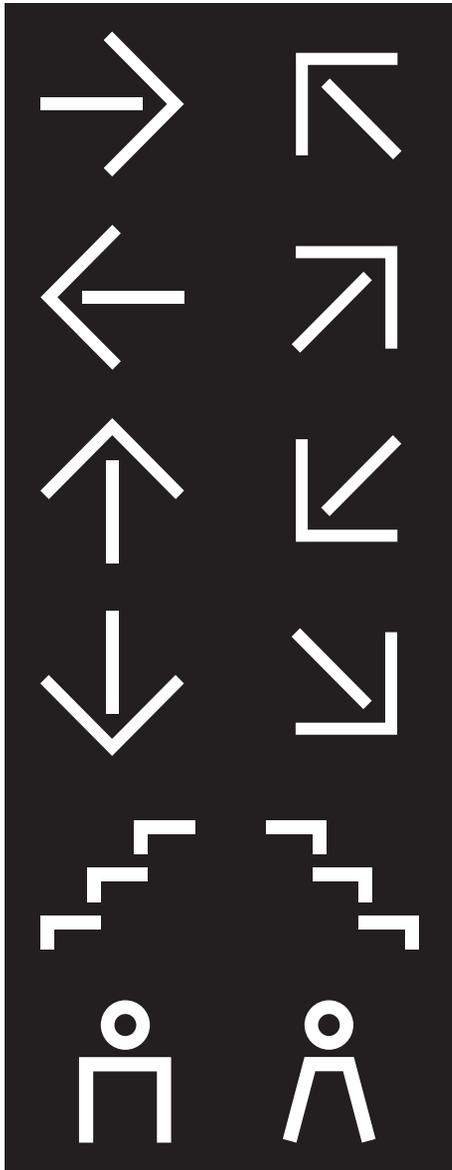
# Griglia costruttiva icone



# Wayfinding in positivo



# Wayfinding in negativo







# Brochure

È stata progettata poi una brochure contenente tutte le informazioni della mostra e una breve introduzione con ciò che si troverà all'interno della stessa.

In questo caso si è scelto di mantenere un fondo bianco su entrambi i lati per massimizzare la leggibilità.

**Dimensioni** : 210 x 150 mm

**Griglia**: 3 griglie, 60 x 140 mm

**Margini**: 5 mm

**Abbondanza**: 3 mm



Font utilizzati:

Sharp Sans Semibold

Sharp Sans Medium

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789

Font utilizzati:

Gotham Light  
Gotham Medium

A B C D E F G H I J K L M N O R S T U V W X Y Z  
a b c d e f g h i j k l m n o r s t u v w x y z  
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

A B C D E F G H I J K L M N O R S T U V W X Y Z  
a b c d e f g h i j k l m n o r s t u v w x y z  
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

A B C D E F G H I J K L M N O R S T U V W X Y Z  
a b c d e f g h i j k l m n o r s t u v w x y z  
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

A B C D E F G H I J K L M N O R S T U V W X Y Z  
a b c d e f g h i j k l m n o r s t u v w x y z  
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

## Specifiche brochure (parte esterna)

### Testo :

Gotham Light  
8 pt  
interlinea 9,6 pt

### Logo :

Sharp Sans  
84 x 16 mm

L'estetica giapponese è tanto riconoscibile quanto difficile da definire.

La 'giapponesità' - sia essa relativa a un oggetto, a un capo di abbigliamento, a un pezzo di arredamento, a una grafica, a un packaging, a un'illustrazione - tira in ballo concetti a volte complicati da inquadrare nei nostri paradigmi occidentali, concetti che spesso non hanno neanche una traduzione precisa, come quello di 'Wa', che rimanda al principio di equilibrio, pace e armonia.

Tutto, dal folklore alla religione, dai fiori alla tecnologia, ha avuto un ruolo nel modo in cui il design grafico giapponese è apparso nel corso della storia e persino come appare oggi negli anni '20.

L'essenzialità di queste rappresentazioni ha variato le sue caratteristiche insieme alla maturazione culturale della nazione stessa, rappresentando da sempre una realtà e un contesto del tutto unico e particolare.



04.07-  
20.07.2023

JAPONISME  
LA GRAFICA GIAPPONESE OLTRE IL MANIFESTO

### Data :

Sharp Sans Medium  
32 pt

## Specifiche brochure (parte interna)

**Titolo :**  
Gotham Medium  
8 pt



### Cosa troverai all'interno della mostra?

All'interno di questa mostra, in programma dal 4 al 20 luglio 2023, presso Palazzo dei Capitani ad Ascoli Piceno, verranno esposti e mostrati per mezzo di fotografie e prototipi più di 30 progetti appartenenti al mondo della grafica giapponese contemporanea. Nello specifico, saranno presenti progetti di branding per prodotti e luoghi, design di segnaletica ed insegne, oltre a numerosi esempi di packaging in ambito alimentare e non solo.



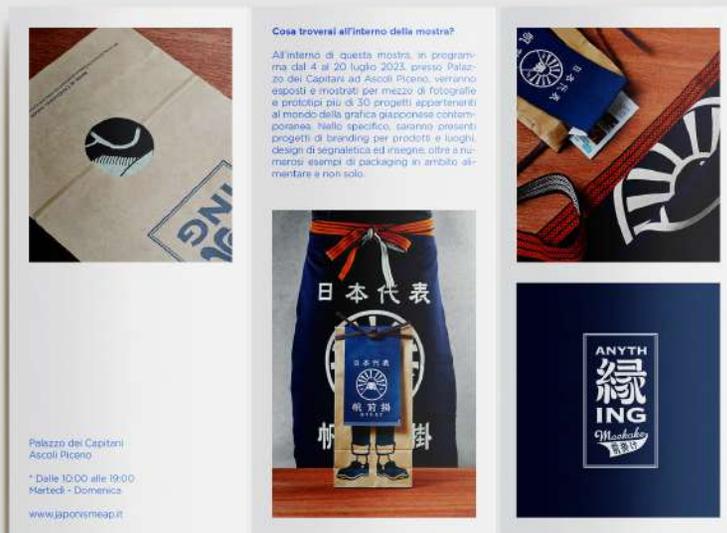
Palazzo dei Capitani  
Ascoli Piceno

\* Dalle 10:00 alle 19:00  
Martedì - Domenica

[www.japonismeap.it](http://www.japonismeap.it)

**Info :**  
Gotham Light  
8 pt





# Catalogo

Il catalogo, diviso in tre capitoli, presenta e descrive i progetti grafici esposti nella mostra.

Per ogni progetto vengono indicati: il nome, l'anno, il designer che l'ha realizzato e una descrizione del progetto.

Tutte le pagine hanno un fondo bianco ad eccezione di quelle introduttive ai capitoli, di colore azzurro.

La copertina presenta due varianti che differiscono unicamente per il colore di fondo utilizzato.

Tutte le scritte in giapponese corrispondono alle traduzioni delle parole/frasi che seguono.

**Dimensioni** : 170x 210 mm

**Griglia**: 145 x 185 mm, 5 colonne e 8 righe

**Margini**: Di testa e di cucitura 10 mm, di piede ed esterno 15

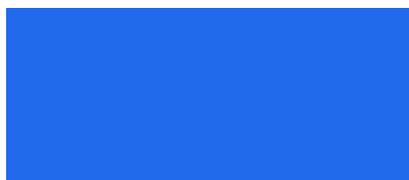
**Abbondanza** : 3 mm

# Griglia catalogo

<p><b>Setouchi</b> 手延ベオリーブパスタ 2021</p> <p><b>Designer: Tsuki Kubo per Kyo-ei Food Co.</b></p> <p>L'obbiettivo del designer era quello di riprogettare l'imballaggio di questa pasta 'Setouchi', prodotto tipico dell'isola di Shodoshima: elemento identificativo è la forma irregolare e scanalata ottenuta mediante una 'tiratura a mano'. Per rendere la confezione resistente durante il trasporto, è stato utilizzato un cartoncino ondulato.</p>	  
<p>38</p> <p>Setouchi</p>	<p>Packaging</p> <p>39</p>

## Colori utilizzati

Di seguito vengono elencati i colori utilizzati per il catalogo e per la copertina con i relativi codici pantone, codice hex e valori cmyx e rgb.



Pantone 2935  
C: 83 M: 60 Y: 0 K: 0  
R: 33 G: 106 B: 236  
HEX: #216aec



C: 0 M: 0 Y: 0 K: 100

Font utilizzati:

Gotham Light  
Gotham Medium

A B C D E F G H I J K L M N O R S T U V W X Y Z  
a b c d e f g h i j k l m n o r s t u v w x y z  
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

A B C D E F G H I J K L M N O R S T U V W X Y Z  
a b c d e f g h i j k l m n o r s t u v w x y z  
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

A B C D E F G H I J K L M N O R S T U V W X Y Z  
a b c d e f g h i j k l m n o r s t u v w x y z  
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

A B C D E F G H I J K L M N O R S T U V W X Y Z  
a b c d e f g h i j k l m n o r s t u v w x y z  
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

**Curatore :**  
Gotham Light  
14 pt

**Logo :**  
106 x 20 mm



**JAPONISME**  
LA GRAFICA GIAPPONESE OLTRE IL MANIFESTO

A cura di Alessio Costantini.  
アレッシオ・コスタンティニ編集



Quodlibet

**Casa editrice**

**Titolo :**  
Gotham Medium  
18 pt

**Sottotitolo :**  
Gotham Light  
13 pt

**Japonisme**  
La grafica giapponese oltre il manifesto

# Colophon e frontespizio

## Informazioni :

Gotham Light  
10 pt

## Logo :

100 x 19 mm

## Curatore :

Gotham Light  
13 pt

Japonisme - La grafica giapponese oltre il manifesto

Dal 4 al 20 luglio 2023 presso Palazzo dei Capitani  
ad Ascoli Piceno.

Copyright © Quodlibet  
Via Giuseppe Bartolomeo Mozzi, 23  
62100, Macerata (MC)  
Tel/Fax +39 0733 284265  
info@quodlibet.it  
www.quodlibet.it

ISBN 978884542132

**JAPONISME**  
LA GRAFICA GIAPPONESE OLTRE IL MANIFESTO

A cura di Alessio Costantini.

Quodlibet

## Info casa editrice :

Gotham Light  
10 pt

## Casa editrice

**Titolo :**  
Gotham Medium  
22 pt

**Numeri capitolo :**  
Gotham Medium  
15 pt

**Nome progetto :**  
Gotham Light  
13 pt

**Indice**  
インデックス

**08 — 32**  
BRANDING /  
LOGOS

- 6 **Introduzione**
- 10 **Rikako Nagashima** - Fukushima
- 12 **Eisuke Tachikawa** - Anything
- 14 **Satoshi Asakawa** - Kamone Terrace
- 16 **Yuji Tanaka** - Chanoniwa
- 18 **Kotaro Tanaka** - Sankaku Tawaraya
- 20 **Takao Minamidate** - Hikeshi
- 22 **Masaomi Fujita** - Shimada
- 24 **Junichi Hayama** - Denraisho
- 26 **Masaomi Fujita** - Sakagura Cafe
- 28 **Mami Kamija** - Monozukuri Kokaido
- 30 **Yu Karamoto** - Muku
- 32 **Ryoko Myoshi** - Creative Railway
- 34 **Daikoku Daiko** - Norikko

**36 — 56**  
PACKAGING

- 38 **Tsuki Kubo** - Setouchi
- 40 **Kosuke Kuwabara** - Flavor green tea
- 42 **Tsuki Kubo** - Ohara Beniwasae
- 44 **Kumi Hirasaka** - Kokeshi Matches
- 46 **Izumi Shokawa** - Kamitsuren
- 48 **Oki Sato** - Shiawase banana
- 50 **Kosuke Kuwabara** - Nou No Mai
- 52 **Aya Kodama** - Sake Koi
- 54 **Kenji Musunaga** - Kamakura
- 56 **Jun Kuroyanagi** - Sake Ine no hana

**58 — 76**  
SIGNAGE

- 60 **Imamura Keisuke** - Shibuya Cast
- 62 **Yu Fukagawa** - Shibamata Fu-Ten
- 64 **Mitsubishi Sekkei** - Grandvaux Village
- 66 **Yamamoto Kabui** - Honay nursery
- 68 **Yamashita Sekkei** - Shingu library
- 70 **Nishikura Honozato** - Misato Center
- 72 **Mari Tochizawa** - G.P.A.T. Center
- 74 **Yama Matsumoto** - Athletic Park
- 76 **Masaharu Hosada** - Kochi Otepia

**Numeri pagina :**  
Gotham Light  
13 pt

**Nome capitolo :**  
Gotham Light  
14 pt

**Designer :**  
Gotham Medium  
13 pt

# Introduzione

**Titolo :**  
Gotham Medium  
22 pt

**Testo :**  
Gotham Light  
11 pt  
Interlinea 13,2 pt

## Introduzione イントロダクション

Il catalogo, diviso in tre capitoli, presenta e descrive i progetti grafici che faranno parte della mostra 'Japonisme, la grafica oltre il manifesto' in programma dal 4 al 20 luglio 2023, presso Palazzo dei Capitani ad Ascoli Piceno. L'obiettivo è quello di mostrare e far conoscere come gli elementi caratterizzanti della grafica contemporanea giapponese siano distinguibili ed apprezzabili anche nel contesto di elaborati che si discostano dai più tradizionali supporti cartacei come manifesti e prodotti editoriali. Sono presenti progetti di branding per prodotti o luoghi, design di segnaletica ed insegne, oltre a numerosi esempi di packaging in ambito alimentare e non solo.

Nel campo del graphic design, il Giappone si è costruito una reputazione unica al mondo, manifestando un ineguagliabile senso di razionalità e 'freschezza'.

Tutto, dal folklore alla religione, dai fiori alla tecnologia, ha avuto un ruolo nel modo in cui il design grafico giapponese è apparso nel corso della storia e persino come appare oggi negli anni '20. L'estetica di questi progetti ha variato le sue caratteristiche insieme alla maturazione culturale della nazione stessa, rappresentando da sempre una realtà e un contesto

del tutto unico e particolare. L'estetica giapponese è tanto riconoscibile quanto difficile da definire; la 'giapponesità' - sia essa relativa a un oggetto, a un capo di abbigliamento, a un arredo, a una grafica, a un packaging, a un'illustrazione - tira in ballo concetti a volte complicati da inquadrare nei nostri paradigmi occidentali, concetti che spesso non hanno neanche una traduzione precisa, come quello di 'Wa', che rimanda al principio di equilibrio, pace e armonia. Due degli aspetti più distintivi, e che probabilmente decretarono e decretano tutt'oggi il successo di questa

progettazione grafica, sono proprio la semplicità e l'utilizzo della bidimensionalità; elementi che nel loro insieme possono anche dimostrare quanto questo approccio si riveli, talvolta, estremamente complesso.

Ritengo, inoltre, che lo stile giapponese non si avverta solo in quelli che sono comunemente ritenuti simboli del Sol Levante; consiste piuttosto in una sensibilità ereditata dall'estetica tradizionale, arricchita di elementi contemporanei e dai migliori ingredienti assimilati da altri paesi e rielaborati secondo tecniche espressive specifiche del Giappone.

Una cultura in continua evoluzione, che da sempre affascina ed attrae tutto il mondo occidentale.

6

7

**Numero di pagina :**  
Gotham Medium  
10 pt

**Titolo :**  
Gotham Medium  
22 pt

**Testo :**  
Gotham Light  
11 pt  
Interlinea 13,2 pt

## Branding / logos

ブランディングとロゴ

In questa prima sezione del catalogo vengono mostrati e analizzati una serie di progetti di branding e visual identity per luoghi e prodotti. Vi saranno, quindi, immagini che mostrano l'applicazione di questi progetti grafici, parallelamente ad una breve, ma esaustiva, descrizione degli stessi.

Sono stati selezionati cercando di mostrare gli elementi tipici e distintivi dello stile e del metodo progettuale giapponese; ciò emerge sicuramente in un'estrema pulizia estetica e in sapiente utilizzo dei simboli tradizionali. La scelta di proporre dei progetti appartenenti a settori e ambiti differenti permette di comprendere ed identificare più rapidamente le analogie negli approcci di questi designer.

Anno :  
Gotham Medium  
14 pt

Titolo progetto :  
Gotham Medium  
22 pt



44

Kokeshi Matches

### Kokeshi Matches

火をつける  
2000

Designer: Kumi Hirasaka per Kokeshi Factory.

Obiettivo del designer era rendere il fiammifero un oggetto divertente ma accattivante al tempo stesso.

Iniziò disegnando a mano delle faccine di Kokeshi (tradizionali bambole in legno), per poi aggiungere altri soggetti nel corso degli anni. Il prodotto ebbe un enorme successo industriale e ricevette numerosi riconoscimenti.



Packaging

45

Numero di pagina :  
Gotham Medium  
10 pt

## Chanoniwa

お茶や茶器雑  
2021

Designer: Yuji Tanaka per Sasaki Green tea Co.

Il designer ha sviluppato un'identità visiva valorizzando l'origine e le caratteristiche di ciascuna tipologia di tè. Ogni colore associato alle confezioni corrisponde ad una prefettura giapponese.



16

Chanoniwa



Branding / logos

17



30

Muku

## Muku

デザイン  
2021

Designer: Yu Karamoto per Muku Co.

Muku è un brand di prodotti agricoli biologici che mira a fornire prodotti sicuri ottenuti da un ambiente sano. Il designer Yu Karamoto si è occupato di realizzare un'identità visiva ed un sito web che rispecchiassero questa sana ideologia.



Branding / logos

31

## Ohara Beniwase

小原紅早生みかん  
2021

Designer: Tsuki Kubo per Sanuki Kanzume Co.

Nell'ambito della riprogettazione delle specialità di Kagawa, il designer Tsuki Kubo è stato incaricato di progettare l'imballaggio dei "mandarini Ohara Beniwase". Questi frutti sono distinguibili per il colore della buccia esterna, un rosso intenso che viene mostrato all'esterno della confezione.



42

Ohara Beniwase



Packaging

43



48

Shiawase banana

## Shiawase banana

しあわせバナナ  
2015

Designer: Oki Sato per Unifrutti Japan.

Trattandosi di un prodotto biologico, il designer Oki Sato (Nendo) ha utilizzato per queste banane confezioni che ne riproducono graficamente la foglia. Sul frutto, inoltre, ha applicato un adesivo simile alla buccia, composto da due strati: rimuovendo il primo, si scoprono una serie di informazioni utili per il consumatore.



Packaging

49

## G.P.A.T. Center

のうぎょうちゆう  
2019

Designer: Mari Tochizawa per Gunma Prefectural.

La segnaletica per il Gunma Prefectural Agricultural Technology Center è posizionata su pannelli disposti nell'area circostante l'edificio. Risultano estremamente lineari in quanto la funzionalità è la caratteristica primaria. Trattando prodotti agricoli, il verde è il colore predominante.



72

G.P.A.T. Center



Signage

73



74

Athletic Park

## Athletic Park

スポーツパークの宿泊施設  
2018

Designer: Yama Matsumoto per Onagawa City.

Il progetto riguarda la segnaletica di un complesso di campi sportivi e i rispettivi alloggi nella città di Onagawa. Anche in questo caso il verde risulta il colore maggiormente utilizzato; la forma ovale del circuito di atletica viene ripresa per la cartellonistica e non solo.



Signage

75









## Merchandising

All'interno della mostra ci sarà un punto vendita in cui poter acquistare diversi gadgets.

Tra questi: un'agenda, la tote bag in due diverse colorazioni e gli sticker che riportano il logo 'Japonisme'.







# Bibliografia e sitografia

## **Bibliografia:**

ROMGNOLI, Federica, Made in Japan. Nel segno della grafica giapponese contemporanea, NuiNui, Chermignon 2021.

SHIJIAN, Lin, Originalità della grafica giapponese, NuiNui, Chermignon 2021. (ed. or. Originality in Japanese Layout Design, Gaati, Guangzhou 2020).

MENEGAZZO Rossella, PIOTTI Stefania, WA. L'essenza del design giapponese. L'ippocampo, Milano 2015.

## **Pagine web:**

<https://www.lindiependente.it/japonisme-fascino-orient/>

<https://www.treccani.it/enciclopedia/japonisme/>

<https://www.sagrafica.it/grafica-giapponese>

<https://www.vectornator.io/blog/japanese-graphic-design/>

<https://www.designyourway.net/japanese-graphic-design/>

<https://www.designboom.com/design/nendo-curates-japanese-design-exhibition-singapore-10-15-2014/>

<https://idreit.com/article/hasami-exhibition-aimo-koi-mo-by-dodo-tokyo-japan>

<https://idreit.com/article/hasami-exhibition-aimo-koi-mo-by-dodo-tokyo-japan>

<http://www.idea-mag.com/en/event/fragments-of-graphism/>

<https://www.alanchandesign.com/projects/exhibition-hello-ikko-tanaka/>

<https://www.awatsujidesign.com/>

<https://www.hidetoyagi.com/>

<https://www.direction-q.com/>

<https://www.emuni.co.jp/>

<https://www.irobe.ndc.co.jp/>

<https://www.lemonlife.jp/>

<https://www.rikako-nagashima.com/>

<https://www.nosigner.com/>

<https://www.safari-design.com/>

<https://www.umamu.jp/>

<https://www.ujidesign.com/>

<https://www.bullet-inc.jp/>

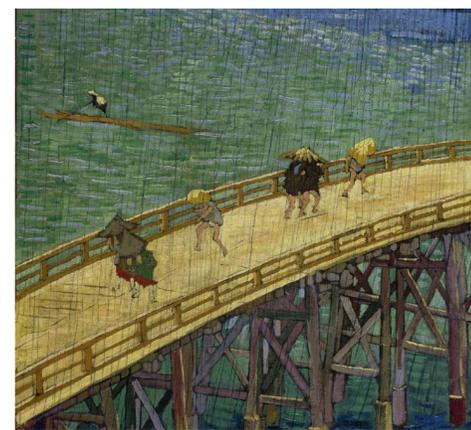
<https://www.dejimagraph.com/>



# Introduzione

## Perché Japonisme?

Il termine 'Japonisme' è stato coniato alla fine del XIX secolo dal critico Philippe Burty per indicare l'interesse del mondo occidentale nei confronti della cultura giapponese. Il 'Giapponismo' è divenuto moda facendosi largo tra pittori e artisti, ma ciò che vediamo e viviamo tutt'ora, non è altro che un 'giapponismo moderno' in cui si cerca di assimilare, imitare e conoscere quanto più possibile dalla cultura di questo splendido paese.



# Analisi e ricerca

## La grafica giapponese oggi - temi ricorrenti

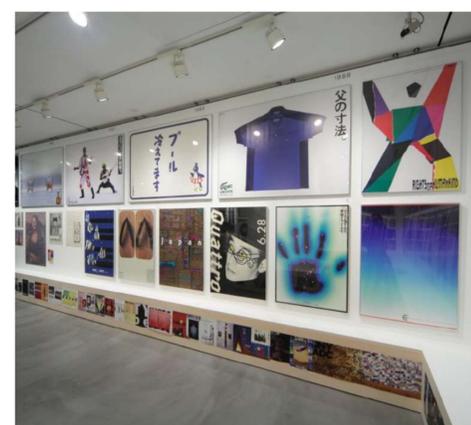
La grafica in voga oggi, ha degli elementi molto ricorrenti; è infatti frutto di rigide linee tracciate a mano, disegni elementari accostati a forme semplici come cerchi, triangoli, quadrati, e spesso, un testo in caratteri basilari. Di seguito vengono riportati i temi e gli stili di maggior rilievo nella grafica contemporanea.



# Casi studio

## Casi studio di esposizioni

Le esposizioni di seguito elencate costituiscono dei casi studio, utilizzati come riferimento ed ispirazione per lo sviluppo del mio progetto. Sono state considerate anche esposizioni legate ad altri rami del design oltre la grafica, a favore di un'analisi più ampia che mi permettesse di capire effettivamente quanto questi progetti siano poco conosciuti e, di conseguenza, mostrati al di fuori dal Giappone stesso.



# Progetto

Japonisme è un progetto grafico che ha come scopo la realizzazione dell'immagine coordinata per una mostra sulla grafica giapponese. Dopo aver definito luogo, data e titolo dell'evento, ci si occuperà della comunicazione e dell'identità visiva dell'evento stesso, realizzando un logo caratterizzante, manifesti, brochure, oltre ad una serie di elaborati grafici volti a promuovere e valorizzare la mostra.

# JAPONISME

LA GRAFICA GIAPPONESE OLTRE IL MANIFESTO

# Elementi progettuali

Font utilizzati:

Sharp Sans Semibold  
Sharp Sans Medium

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789

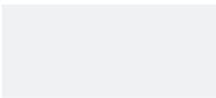
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789

Palette

 Pantone 2935  
C: 83 M: 60 Y: 0 K: 0  
R: 33 G: 106 B: 236  
HEX: #216aec

 C: 0 M: 0 Y: 0 K: 100

 C: 0 M: 0 Y: 0 K: 100  
R: 0 G: 0 B: 0  
HEX: #000000  
Tonalità: 22%

 C: 0 M: 0 Y: 0 K: 100  
R: 0 G: 0 B: 0  
HEX: #000000  
Tonalità: 6%

## Logo

Font: Sharp Sans

Dimensioni minime.

50/30 mm di larghezza, rispettivamente nella variante con e senza sottotitolo

Logo base



Griglia logo base



Area di rispetto logo base



Logo senza sottotitolo



Area di rispetto logo senza sottotitolo



Logo in negativo su fondo azzurro



Logo in positivo nero



Logo in negativo su fondo nero



Logo in negativo su fondo grigio



## Manifesti

Dimensioni : 700 x 1000 mm

Griglia: 680 x 980 mm, 7 colonne e 14 righe

Margini: 25 mm



Logo : 474x 62 mm  
Sharp Sans Semibold



Data : Sharp Sans Medium 200 pt

04.07-20.07.2023 Palazzo dei Capitani Ascoli Piceno

Titolo : Sharp Sans Medium 186 pt

Luogo : Sharp Sans Medium 76 pt



## Billboard

Dimensioni : 2100 x 1000 mm

Griglia: 2060 x 960 mm, 10 colonne e 6 righe

Margini: 80 mm

Griglia billboard



Variante 2



## Banner

Dimensioni : 500 x 1500 mm

Griglia: 470 x 1470 mm, 6 colonne e 17 righe

Margini: 15 mm

Griglia banner



Variante 1



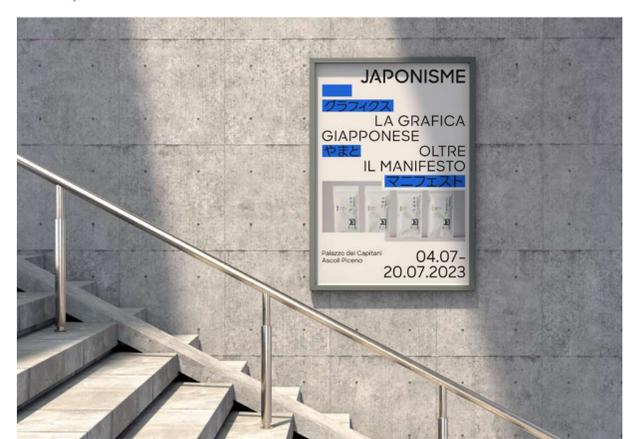
Variante 2



Variante 3



Mockup manifesto



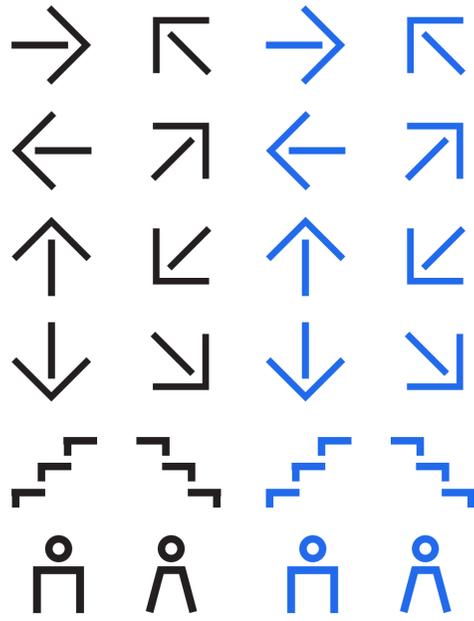
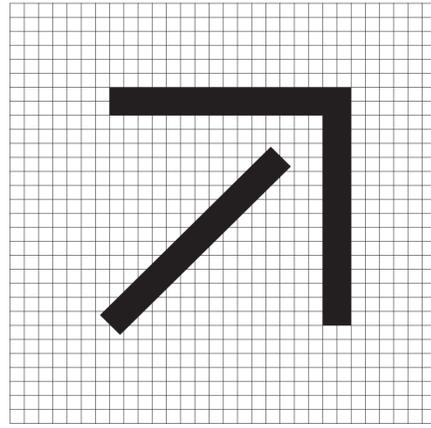
# Wayfinding

La Wayfinding comprende numeri, frecce ed icone.

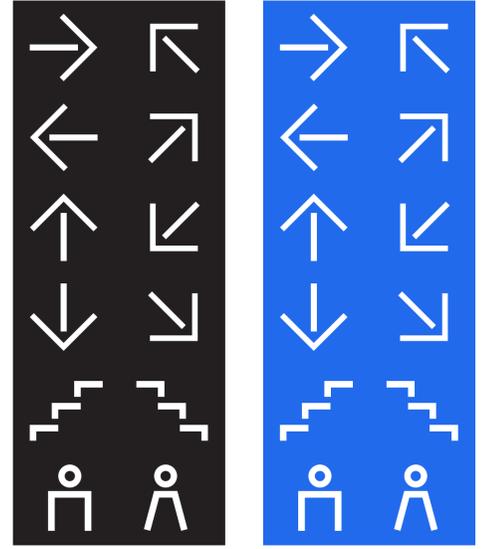
Griglia: 30 righe e 30 colonne.



Griglia costruttiva



Wayfinding in positivo e negativo



# Brochure

È stata progettata poi una brochure contenente tutte le informazioni della mostra e una breve introduzione con ciò che si troverà all'interno della stessa.

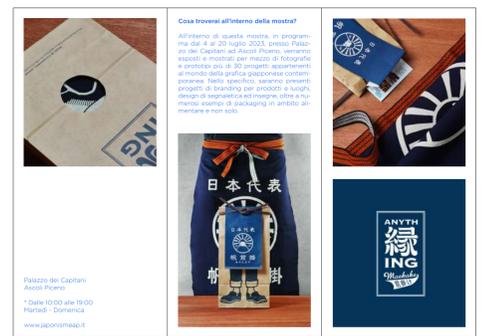
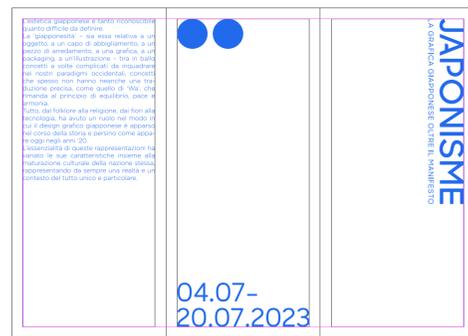
Dimensioni : 210 x 150 mm

Griglia: 3 griglie, 60 x 140 mm

Margini: 5 mm

Font utilizzati:  
Gotham Medium  
Gotham Light  
Sharp Sans Medium

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789



# Catalogo

Il catalogo, diviso in tre capitoli, presenta e descrive i progetti grafici esposti nella mostra.

Per ogni progetto vengono indicati: il nome, l'anno, il designer che l'ha realizzato e una descrizione del progetto.

Dimensioni : 170x 210 mm

Griglia: 145 x 185 mm, 5 colonne e 8 righe

Margini: Di testa e di cucitura 10 mm, di piede ed esterno 15

