

## **Indice**

1. Relational design
2. Identità dinamica
3. Introduzione al progetto
4. Analisi dell'identità visiva dei festival italiani
  - 4.1 L-Ektrica
  - 4.2 Movement
  - 4.3 Not.fest
  - 4.4 Nextech
  - 4.5 Robot
5. Analisi dell'identità visiva dei festival stranieri
  - 5.1 Bestival
  - 5.2 Pantiero
  - 5.3 Primavera Sound
  - 5.4 Sonar
  - 5.5 Coachella
6. Evoluzione del progetto
7. Ispirazioni
8. Ringraziamenti

# Relational design

“Even though a process has the appearance of objectivity, we realize the fact that it stems from subjective intentions”

L. Maurer, E. Paulus, J. Puckey,  
R. Wouters

L'arte e il design possono essere letti come la storia dei successivi campi relazionali esterni, determinati dall'evoluzione interna di questi stessi campi: è la storia della produzione dei rapporti con il mondo, per come sono resi pubblici da una classe di oggetti e di pratiche specifiche.

Dopo l'ambito delle relazioni tra l'umanità e la divinità, poi tra l'umanità e l'oggetto, dall'inizio degli anni '90 l'attenzione si è estesa e concentrata sulla sfera delle relazioni interpersonali.

L'artista si concentra sui rapporti che il suo lavoro creerà nel pubblico e sull'invenzione di modelli di partecipazione sociale.

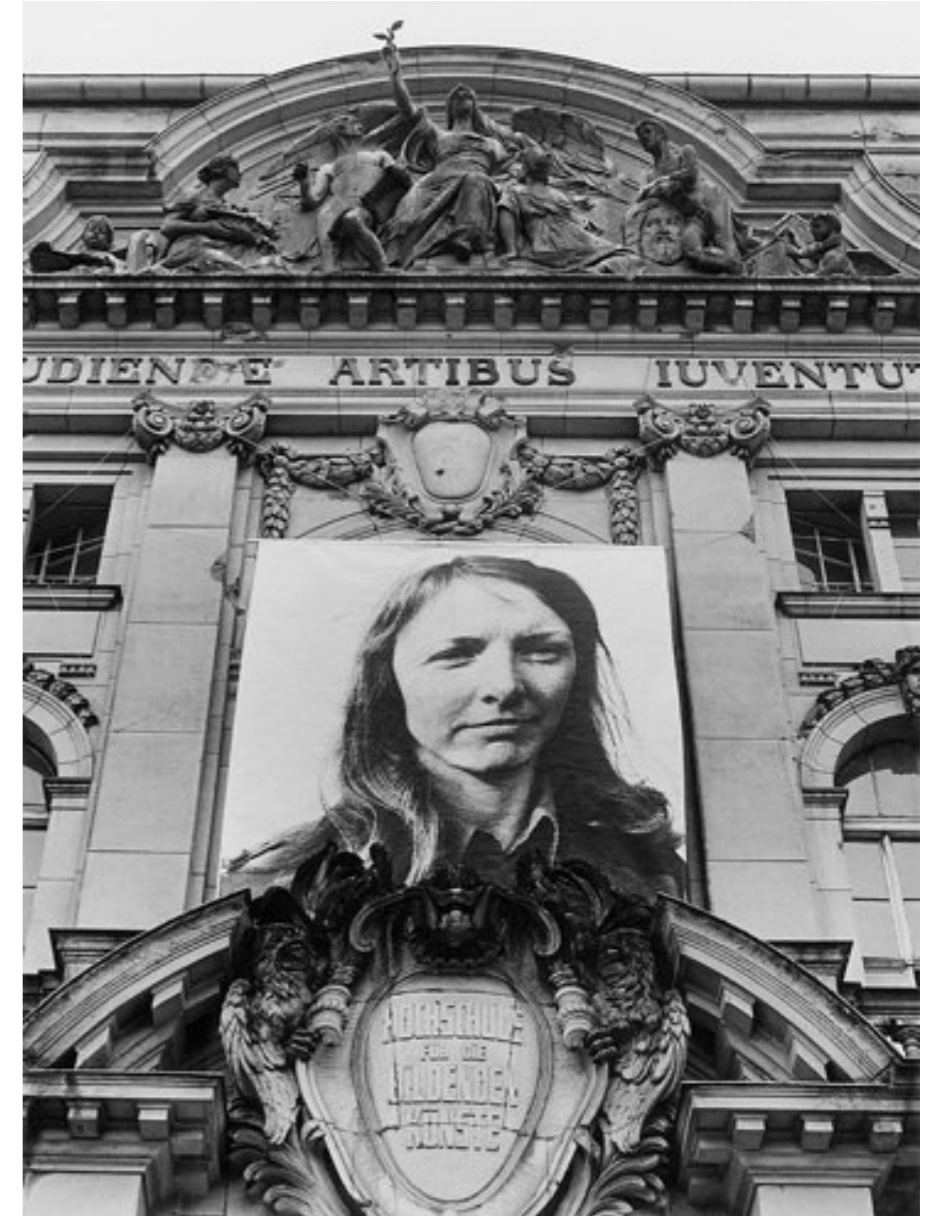
Le figure di riferimento della sfera dei rapporti umani, infatti, sono ormai diventate a tutti gli effetti delle “forme” artistiche: in questo modo i meeting, i ritrovi, le manifestazioni, le differenti tipologie di collaborazione tra le persone, i giochi, le feste, i luoghi di convivialità, l'insieme dei modi d'incontro e di creazione di relazioni rappresentano da questo momento oggetti estetici considerabili in quanto tali.

L'ambito artistico è da sempre pervaso da un approccio relazionale a diversi gradi, cioè da un fattore di partecipazione sociale, dal momento che l'arte è inserita nello spazio delle relazioni e non in quello del consumo privato, a cui potrebbero appartenere invece la televisione, la letteratura o il cinema.

Una delle proprietà dell'immagine è il suo potere di *reliance*: sigle, icone e segni producono empatia e condivisione, generano legami.

Un'opera può essere considerata un dispositivo relazionale che comporta un certo grado di casualità, che provoca e gestisce incontri individuali o collettivi. Figure esemplificative degli ultimi due decenni potrebbero essere Braco Dimitrijevic con la sua serie *Casual passer-by*, in cui si celebrano volti di passanti anonimi, casualmente incontrati per strada dall'artista, riportati su manifesti di dimensioni pubblicitarie o collocati in posizioni di rilievo come facciate di edifici museali o in luoghi pubblici. Il formato è volutamente scelto per fuorviare lo spettatore, il quale crede immediatamente di trovarsi di fronte ad un personaggio pubblico o quantomeno importante.

Casual passer-by I met at  
2.25 pm  
Braco Dimitrijevic  
Berlino  
1976



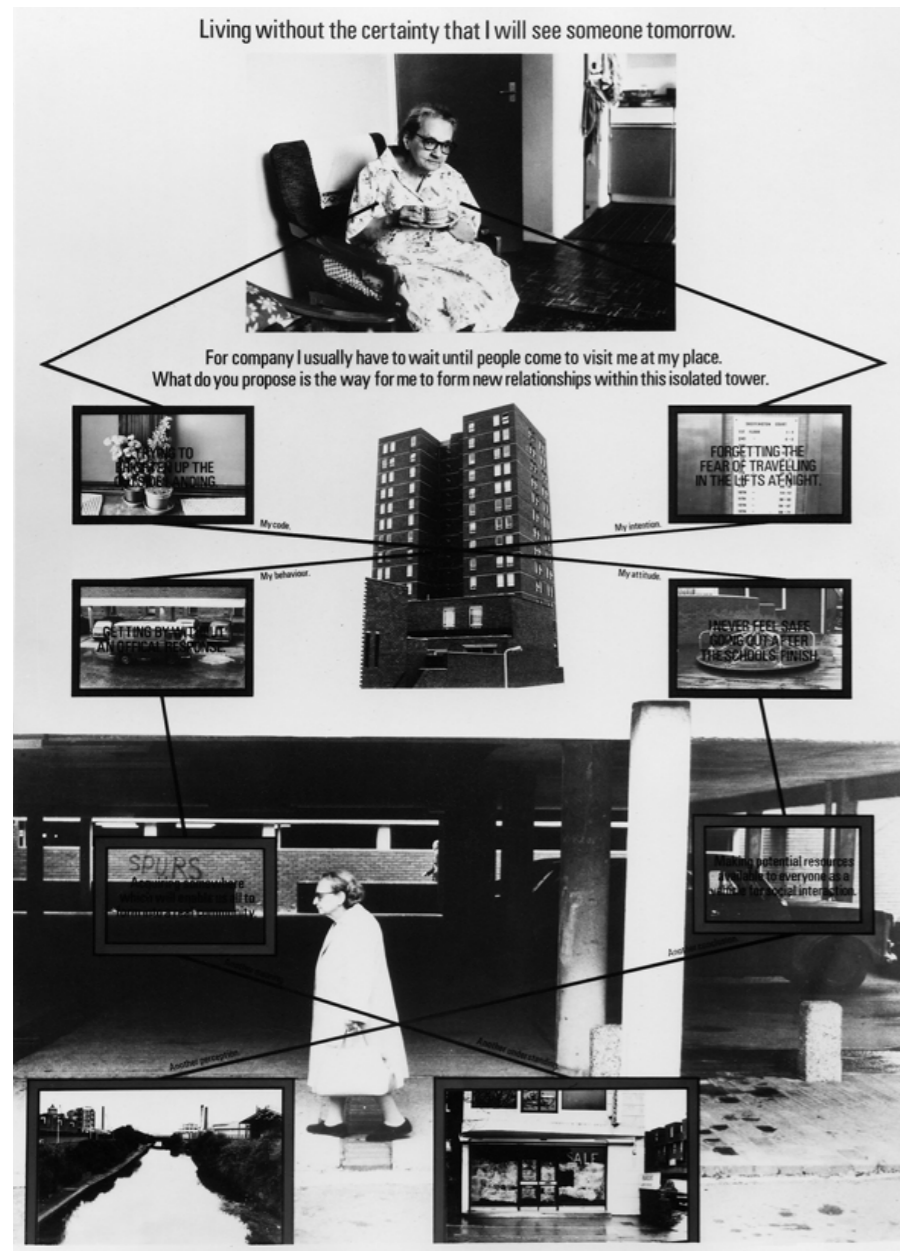
Casual passer-by I met  
at 5 pm  
Braco Dimitrijevic  
Napoli  
1971



Casual passer-by I met  
at 11.09 am  
Braco Dimitrijevic  
Parigi  
1971



Un altro caso significativo è rappresentato da Stephen Willats, i cui famosi diagrammi sono modelli dinamici di una nuova realtà per cui la teoria artistica risulta insufficiente. Lo sviluppo delle sue minuziose mappature è legato alla percezione della funzione dell'artista in relazione con il mondo, in cui l'opera d'arte dipende completamente dal suo pubblico. Tramite un linguaggio esterno al campo artistico, Willats rappresenta idee e rapporti sociali in modo dinamico, cercando di dar vita ad un feedback tra il creatore e l'osservatore dell'opera.



**Living with practical realities**  
**Stephen Willats**  
**Londra**  
**1978**

**Les Aveugles**  
**Sophie Calle**  
**Parigi**  
**1986**

Infine, particolarmente interessante è il lavoro di Sophie Calle, incentrato sulla formalizzazione a posteriori di un'esperienza biografica scaturita dall'incontro e dalla conseguente collaborazione con persone sconosciute.

Di grande intensità il progetto *Les Aveugles*, in cui l'artista chiede a persone non vedenti dalla nascita di interpretare il concetto di bellezza. Le immagini che raccoglie sono romanticamente crudeli, capaci di sottolineare il paradosso poetico del componimento.

"Green is beautiful. Because every time I like something, I'm told it's green. Grass is green, trees, leaves, nature too... I like to dress in green."



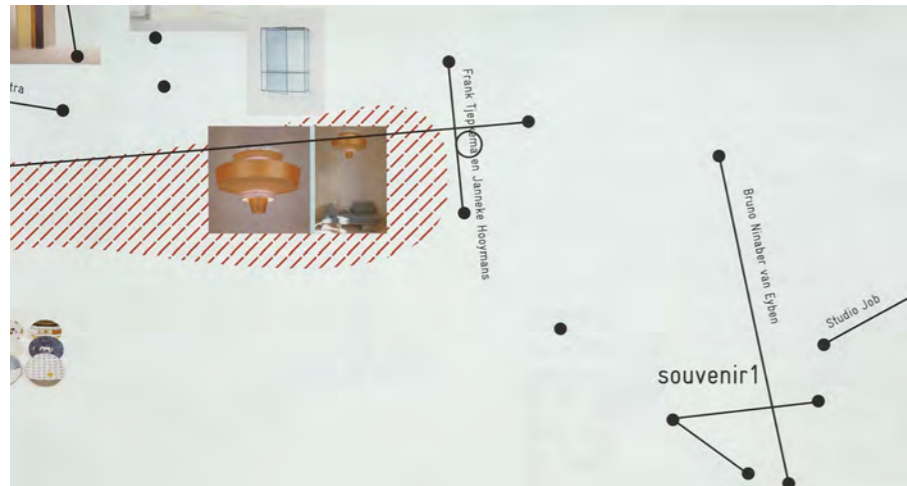
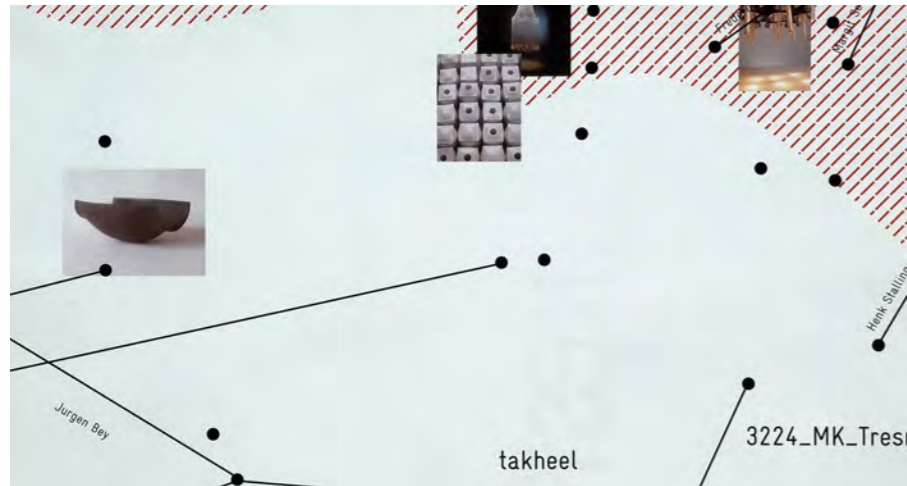
Possiamo dunque riassumere i principi fondamentali su cui si basa questa branca dell'arte facendo riferimento al manifesto del Conditional Design per artisti e designer stilato da quattro personalità centrali all'interno di questo ambito, quali Luna Maurer, Edo Paulus, Jonathan Puckey e Roel Wouters.

Attraverso l'influenza dei media e della tecnologia, le nostre vite sono sempre più caratterizzate da velocità e cambiamento costante. Viviamo in una società basata sui dati dinamici da cui scaturiscono continuamente nuove forme di interazione umana e contesti sociali. E' quindi necessario migliorare il modo di lavorare in relazione a questi sviluppi. Il lavoro deve concentrarsi sui processi piuttosto che i prodotti: le cose devono sapersi adattare al loro ambiente, sottolineare il cambiamento e mostrare la differenza.

Il termine Conditional Design racchiude quindi il senso di un approccio diverso, che vede al centro della sua concezione tre punti cardine: il **processo**, che non è altro che il prodotto stesso, i cui fattori più importanti sono il tempo, le relazioni e il cambiamento; la **logica**, fondamentale per progettare le condizioni attraverso le quali il processo può avvenire; le **regole**, intese come vincoli, al fine di evitare la casualità arbitraria ed incanalare il processo entro dei limiti; gli **input** provenienti dalla natura, dalla società e dalle interazioni umane, che attivano e influenzano il processo.

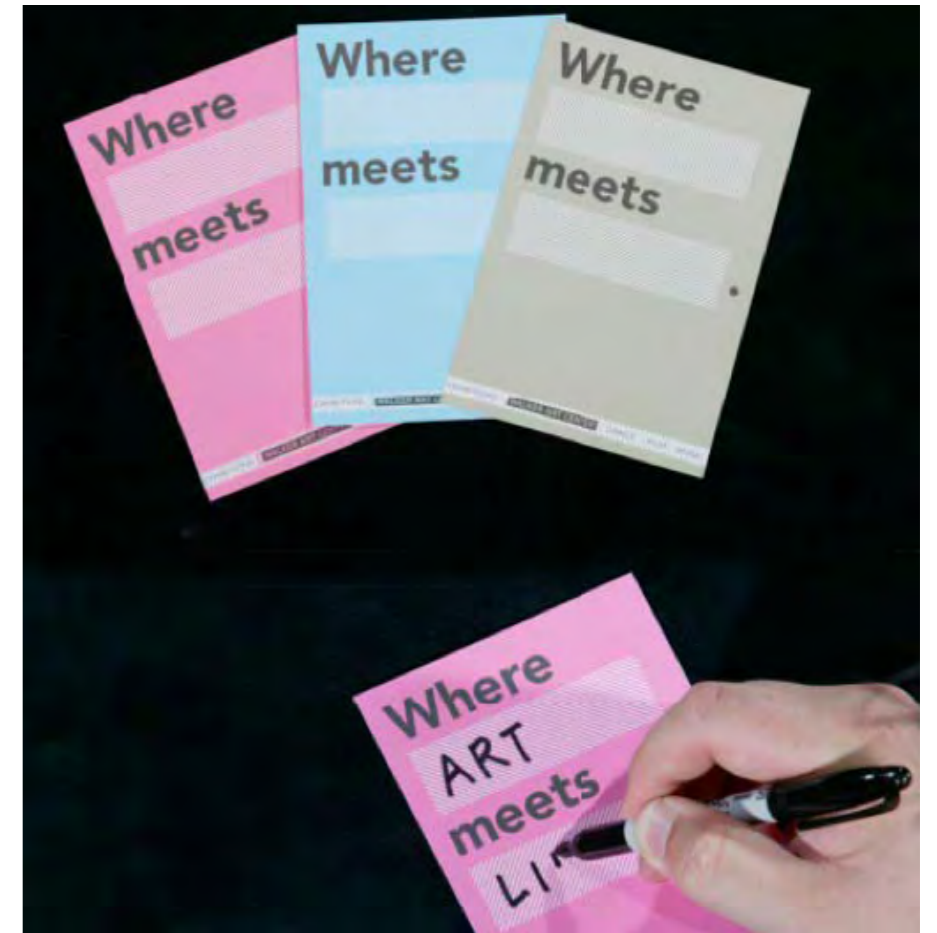
**Manifesto per la mostra  
Nest: Design for Interior  
Stedelijk Museum  
L. Maurer e J. Puckey  
Amsterdam  
2005**





Il progetto di Luna Maurer e Jonathan Puckey per la mostra di design per interni Nest, allo Stedelijk Museum di Amsterdam, riflette perfettamente la logica progettuale appartenente al Conditional Design. Per il manifesto e gli inviti è stato utilizzato un sistema denominato Paper Plus Plus, sviluppato da Timo Hofmeijer e lo stesso Puckey. Attraverso una serie di regole predefinite, il designer si trova ad eseguire manualmente centinaia di iterazioni tramite sue scelte personali ed intuitive che hanno un grande riscontro sul risultato finale. Prerogativa del design relazionale è proprio quella di proporre possibilità di azione, reazione e collaborazione, attraverso percorsi diversi nei quali le informazioni possono suscitare interpretazioni differenti. Lo scopo di questi progetti è creare le condizioni affinché qualcosa accada, partendo dal presupposto che gli individui, considerati non spettatori ma collaboratori, contribuiscano in maniere diverse.

Where...meets...  
 Andrew Blauvelt  
 Walker Art Center  
 Minneapolis  
 2006



Behind the glass  
 John Morgan Studio  
 2004



## Identità dinamica

Nel 1988 il teorico italiano Giovanni Anceschi affermava che "solitamente il marchio tende ad assumere una configurazione semplice, chiusa, fissa, e soprattutto a conservare rigorosamente inalterati i rapporti dimensionali fra le parti che lo compongono. La costanza percettiva è l'obiettivo principale del progettista". Nello stesso tempo però metteva in evidenza come già diversi designer avevano sviluppato dei marchi che, attraverso strategie progettuali molto diverse, contravvenivano a questa sorta di regola. La progettazione di un'identità dinamica non è dunque un tema completamente nuovo ma è soltanto a partire dagli anni sessanta che si sviluppano i primi progetti consapevolmente rivolti a creare un marchio variabile e identità visive adattabili a diversi tipi di applicazioni e di soluzioni. Uno dei primi marchi racchiudibili in un contesto precedente a quello dell'avvento di questo modello di progettazione è rappresentato dalla mascotte Bibendum (meglio nota in Italia come "omino Michelin") dell'azienda francese che, creato nel 1898, è stato rappresentato in moltissime varianti, evolvendo nel tempo il suo aspetto.



Manifesti per Michelin  
1898, 1914

La radice di questi approcci si può trovare in *Programme entwerfen* di Karl Gerstner, testo del 1963 in cui il designer svizzero proponeva un nuovo modello progettuale che prendeva in considerazione le nuove potenzialità dei computer. Si trattava di un testo innovativo, che intravedeva la possibilità di inserire nell'ambito del design, della grafica e dell'architettura i fattori di variabilità e caso.

Il tema della flessibilità del marchio era stato infatti trattato dallo stesso Gerstner tramite il progetto per la ditta di mobili componibili Holzäpfel, del '59. La costanza era affidata ai rapporti fra gli elementi mentre le proporzioni della forma e le dimensioni si adattavano a seconda dell'impiego del marchio. Pochi anni dopo, Paul Rand cerca di percorrere la strada del cinetismo, sviluppando la versione filmata del marchio della Westinghouse, in cui una breve animazione mostrava il logo nel suo formarsi. Questo può essere considerato il primo tentativo di marchio "cinetico", nel senso che sfrutta il movimento interagendo con un media quale lo schermo. Un approccio estremamente innovativo è il progetto sviluppato dal gruppo GGK, composto da Karl Gerstner, Paul Grendiger e Marcus Kutter, i quali disegnarono un logo completamente variabile. Mentre la versione animata del logo della Westinghouse era destinata al solo uso su schermo e l'omino Michelin funge più da simbolo che accompagna il logotipo ufficiale, il logo variabile *Literature in Köln* del '74 era costituito da tre lettere (dell'anagramma LIK) che potevano essere indistintamente composte ognuna con un carattere tipografico diverso. Tramite questa soluzione è possibile creare decine di combinazioni diverse, pur mantenendo inalterata la riconoscibilità del logo.

Literature in Köln  
GGK  
1974



Una delle prime identità dinamiche di successo è quella pensata da Mtv, a metà degli anni ottanta. Nata per rivolgersi alle nuove generazioni e spinta dalla continua ricerca di nuove identità che esprimessero le culture giovanili, Mtv adotta un'identità visiva in continua evoluzione espressa in un logo di volta in volta trasformato nelle più differenti varietà stilistiche, scegliendo e interpretando le mode e i trend giovanili.



Varianti del logo  
Mtv

Un altro esempio rilevante nella storia dell'immagine coordinata è quello di Fiorucci negli anni '90 che, in totale assenza di sistematicità, rinuncia al marchio poiché ogni grafico ne disegna uno a sè stante. L'esito del lavoro però, pur sembrando privo di metodo, risulta perfettamente riconoscibile. La disomogeneità controllata diventa per Fiorucci segno di coordinamento e riconoscimento fondamentale.

Partendo da questi esempi, tra la fine degli anni ottanta e l'inizio degli anni novanta inizia a svilupparsi una riflessione sulla necessità delle aziende di elaborare nuovi modelli di corporate identity, evidenziando come l'immagine coordinata tradizionale non fosse più in grado di fronteggiare le nuove situazioni comunicative. In un simile contesto risulta evidente la necessità di sviluppare un nuovo modello di corporate image capace di evolversi in tempo reale pur mantenendo dei valori costanti, sia per quanto riguarda gli elementi primari che la sintassi, per rendere riconoscibile il messaggio comunicato.

Possiamo ipotizzare una suddivisione delle varie tipologie di logo dinamico in base a determinate caratteristiche comuni riscontrabili, in cinque categorie:

**1. Riconoscibilità totale della forma**

Perm  
Opera Ballet Theatre

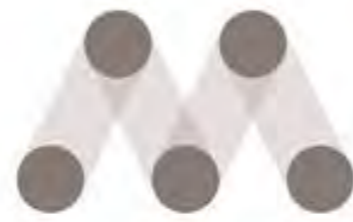




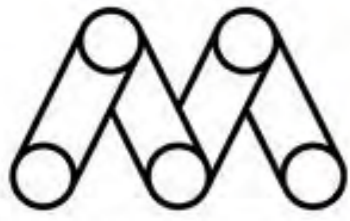
mohawk



mohawk



mohawk



mohawk



mohawk



mohawk

Mohawk  
ex Mohawk Fine Paper



Agency Fusion

Union Square Festival



UNION SQUARE  
FESTIVAL



UNION SQUARE  
FESTIVAL



UNION SQUARE  
FESTIVAL



UNION SQUARE  
FESTIVAL



UNION SQUARE  
PARK



UNION SQUARE  
AFTER DARK



UNION SQUARE  
GASTRONOMY



UNION SQUARE  
GREENMARKET

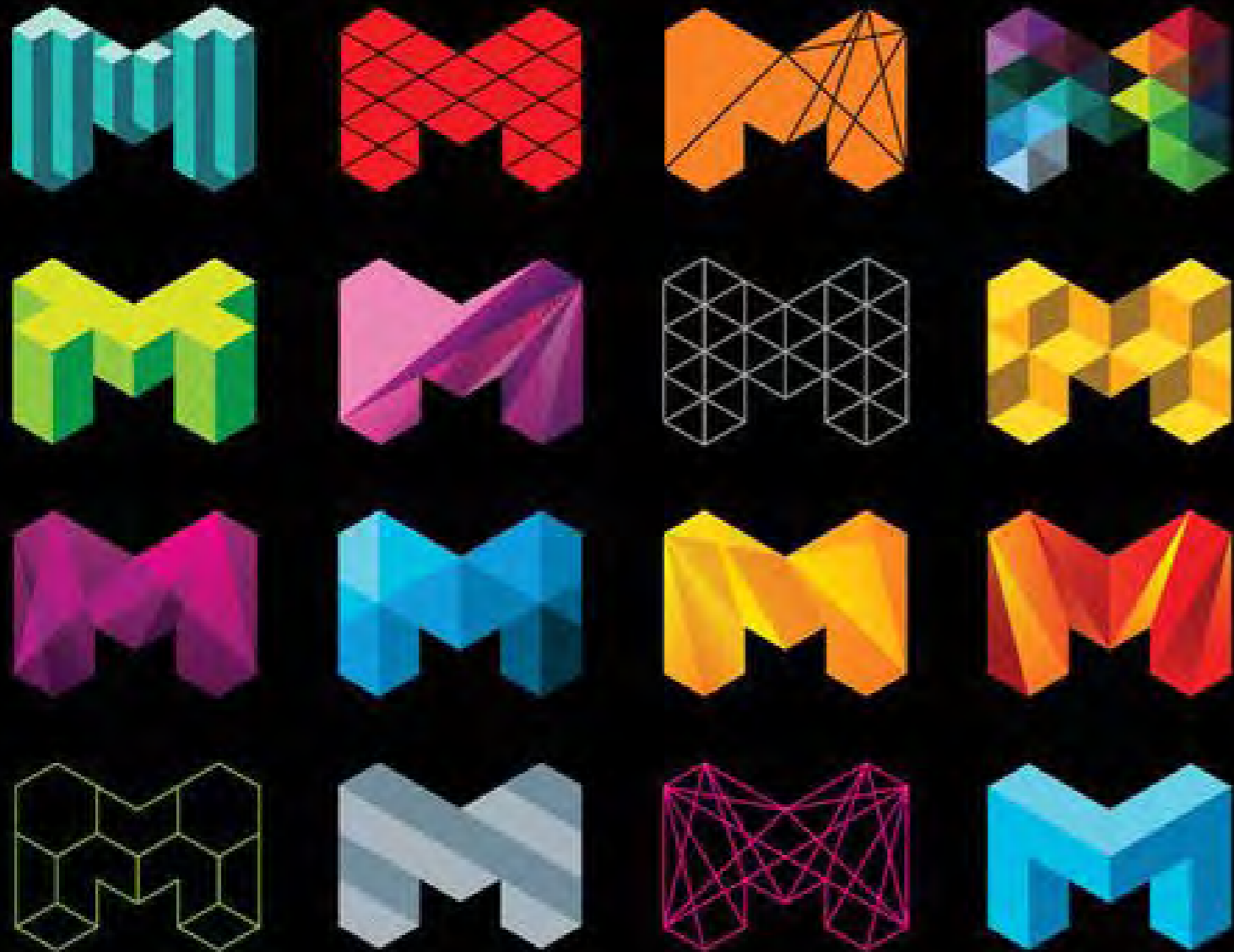
Asian Art Museum of San  
Francisco





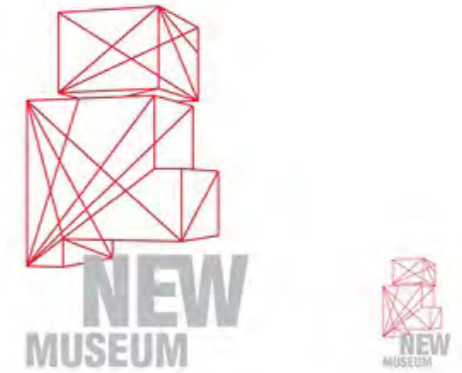


**CITY OF MELBOURNE**



< City of Melbourne

BASIC LOGO



PRIMARY LOGO

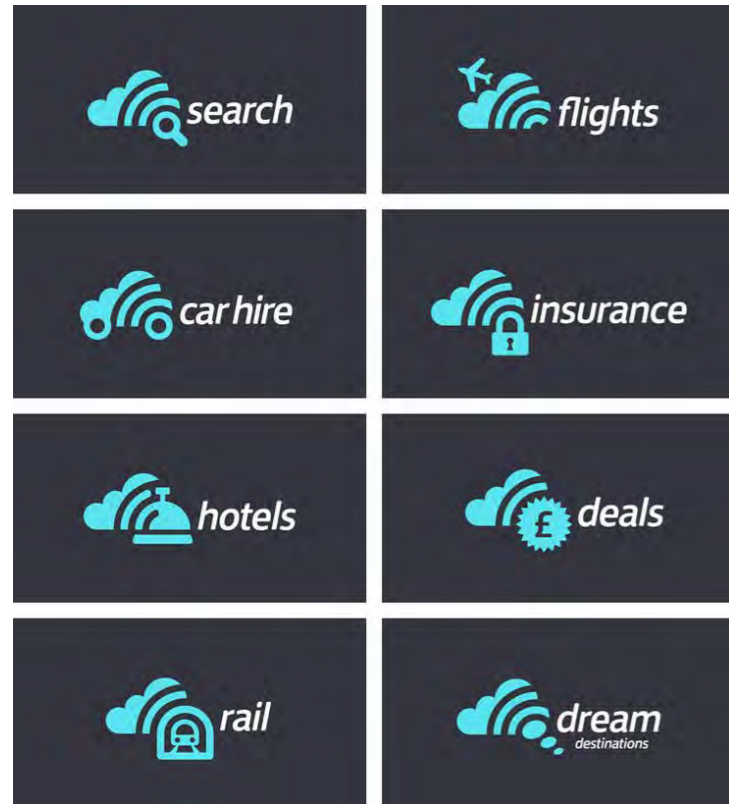


SECONDARY LOGO



New Museum of Contemporary Art NY >

## 2. Riconoscibilità parziale della forma



Skyscanner  
motore di ricerca gratuito  
per voli low cost

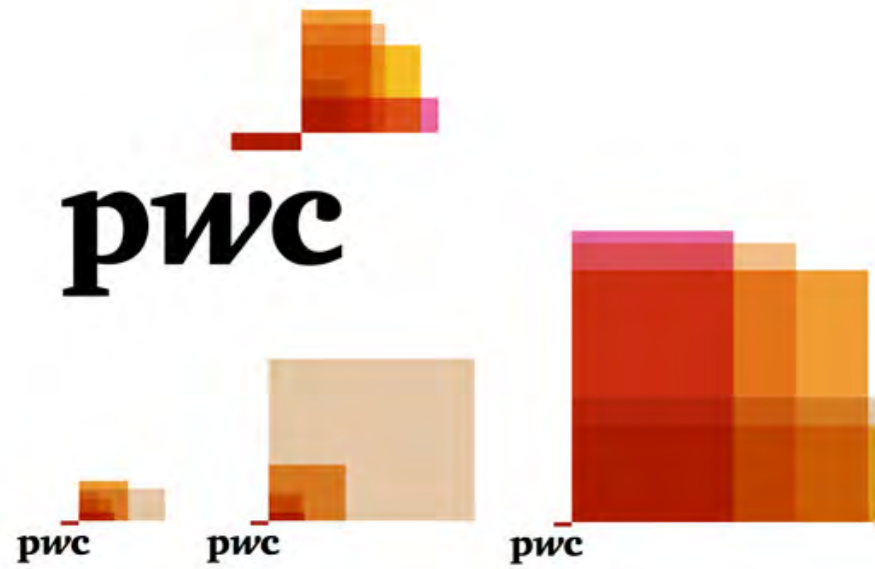


< Quebec City Summer  
Festival



Adobe C6 >

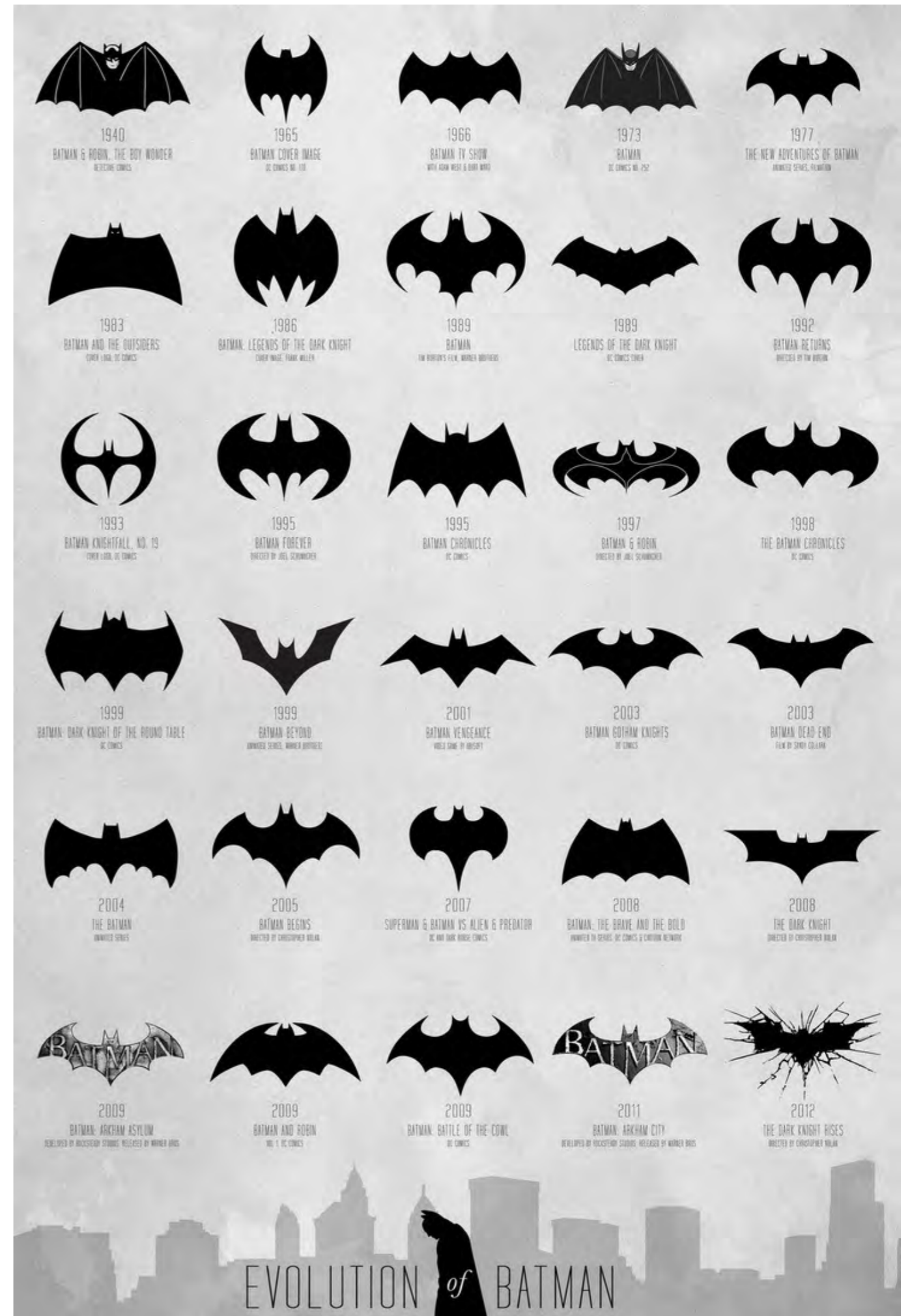
### 3. Riconoscibilità del colore



PWC  
Price Waterhouse Coopers



Varianti del logo  
Batman >



4. Riconoscibilità dell'aspetto tipografico



Aol  
Internet service provider



< New York City

Netherlands Architectur  
Institute  
Bruce Mau >



## 5. Riconoscibilità della modulazione

SZÍNKÓD | COLOR TABLE



GÉOMETRIKUS VERZIÓK | GEOMETRIC VERSIONS



ORGÁNIKUS VERZIÓK | ORGANIC VERSIONS



**KREA**  
Contemporary Arts Institute  
Budapest



casa da música



casa da música



casa da música



casa da música



casa da música



casa da música



casa da música

orquestra nacional  
do porto



orquestra nacional  
do porto



**Auditorium Casa da Musica**  
Portogallo

Ciò che caratterizza i progetti appena visti è il tentativo di sviluppare una tensione dinamica nell'identità visiva attraverso la differenziazione.

Non si tratta di giocare con la forma e creare delle sue varianti ma di instaurare un equilibrio dinamico tra gli elementi costanti e quelli variabili. La dinamicità diviene il risultato della combinazione tra questi due fattori i quali, combinati insieme, creano una serie di nuovi segni.

Costanza e variabilità: è l'interferenza tra queste due componenti opposte a creare le basi dell'identità dinamiche.

I fattori tempo, variabilità, flessibilità e dinamicità sono quindi sempre più al centro del design e queste tipologie di identità stanno diventando sempre più diffuse. I designer stanno comprendendo che la variabilità oggi può essere il valore aggiunto ad un progetto di immagine coordinata.

Molti dei progetti degli ultimi anni non cercano solo di creare da un logo di partenza più varianti dello stesso da affiancargli. L'obiettivo diviene definire una metodologia di variazione che permette di sviluppare più varianti già in fase progettuale, e la definizione di un equilibrio tra elementi statici e variabili che formano la struttura e i rapporti alla base dell'identità.

Progettare sistemi flessibili permette di affrontare diverse situazioni, lasciando la possibilità all'identità stessa di evolvere nel tempo esaltandone la riconoscibilità anziché compromettendola, e permettendole di adattarsi elasticamente ai vari contesti visivi.

## Introduzione al progetto

Assecondando i concetti propri del Relational Design e dell'immagine coordinata precedentemente illustrati, il progetto si sviluppa prendendo in considerazione un ambito piuttosto sconosciuto all'interno della realtà territoriale ascolana, quale il festival musicale, in particolare concentrandosi su un genere specifico come quello della musica elettronica.

La scelta di incentrare il progetto sull'ideazione dell'identità dinamica di un ipotetico festival, che si ispirasse a quei fenomeni di rilievo nelle principali città italiane ed europee, deriva innanzitutto da una mia predilezione per questo genere musicale. Da qui l'intenzione di avvicinare questa realtà quasi *aliena* ad un contesto come quello del nostro territorio, così da consentire una sorta di apertura nei confronti del nuovo.

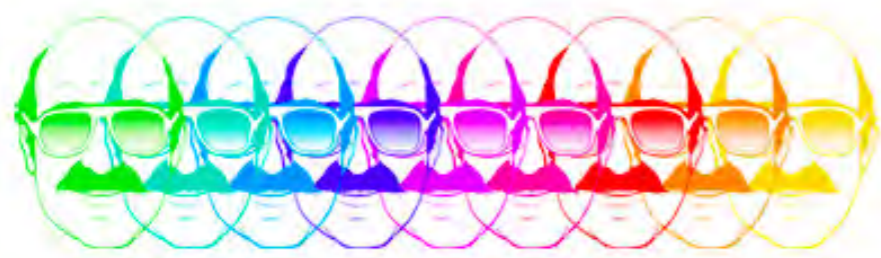
Per facilitare questo tipo di incontro, si è pensato di ricorrere alla partecipazione dell'utente, nonché futuro pubblico dell'evento musicale, nella costituzione della grafica del festival, proponendo un intervento diretto al fine di realizzare una serie di manifesti per il festival. L'utente è stato realmente chiamato a collaborare al progetto, in occasione di un pre-evento organizzato appositamente a questo scopo.

Il contesto prevedeva un aperitivo con djset di sottofondo, durante il quale le persone, munite di kit contenenti vari adesivi, avevano la possibilità di personalizzare una serie di manifesti sostanzialmente neutri, creati per permettere di dar sfogo alla loro creatività. Gli elementi costanti del progetto sono rappresentati dalla serie di adesivi uguali posti all'interno di ogni kit e dal posizionamento, sul manifesto, dello "scheletro" del logo in trasparenza, su cui era possibile applicare in maniera molto intuitiva gli adesivi della stessa forma, scegliendone e combinandone i colori.

## Analisi dell'identità visiva: Festival italiani

### L-Ektrica

Nell'autunno del 2002 sui muri di Roma apparvero dei posters e degli stickers con la faccia di uno strano uomo coi baffi e gli occhiali da sole. Era George, il logo di L-Ektrica. Si aveva voglia di dare spazio alle sonorità più fresche e interessanti, spaziando dall'electro alla disco, all'house. Oggi L-Ektrica è diventata una delle one-night più curiose ed apprezzate d'Italia. Dopo 5 anni nasce L-Ektrica Deluxe, un progetto parallelo a cadenza mensile e in location itineranti; nel 2007 inoltre, in occasione dei primi 5 anni di vita di L-Ektrica, un tour di 8 date in alcuni dei principali Club europei ha permesso la diffusione del mood L-Ektrica anche al di fuori dei confini nazionali.

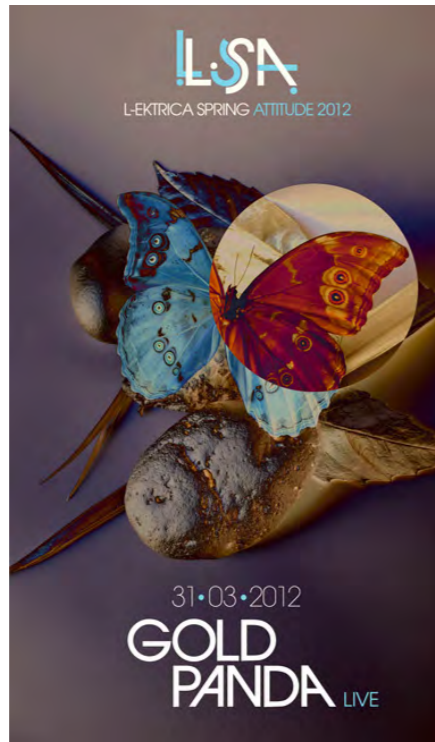


George è l'icona simbolo della serata L-Ektrica, ideato da Alessandro Gianvenuti (aka Lord Z), uno dei massimi esponenti dell'arte digitale italiana. Questo personaggio, dall'aspetto comune e dall'aria compiaciuta, con un look volutamente ispirato ai Kraftwerk, ha subito in questi anni parecchie curiose trasformazioni, lasciando così i suoi appassionati sempre sorpresi. In poco tempo la sua immagine, già nota a parecchie persone, è diventata di respiro internazionale apparendo su pali e cartelli stradali sparsi in tutto il mondo.

Spring Attitude è un festival dedicato alla musica elettronica e alle sue nuove sonorità che si svolge all'interno del Palazzo dell'Arte Antica, nel cuore del quartiere Eur. Nato nel 2010, l'evento firmato L-Ektrica ha ospitato artisti nazionali ed internazionali di rilievo assoluto quali 2Manydjs, Vitalic, Breakbot, Who Made Who e Gold Panda. Nelle due edizioni iniziali l'evento si è svolto in un'unica serata, per poi allargarsi ad un intero weekend nell'edizione del 2013. Spring Attitude cerca di affermarsi sempre più come un punto di riferimento per chi vuole scoprire ed ascoltare le più stimolanti derive sonore contemporanee.



Spring Attitude 2010



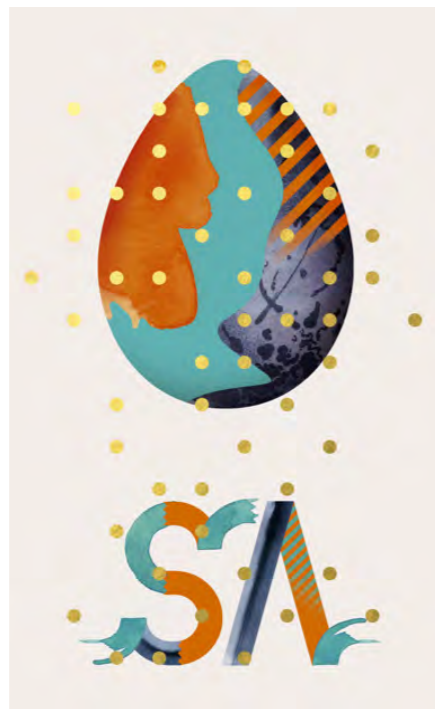
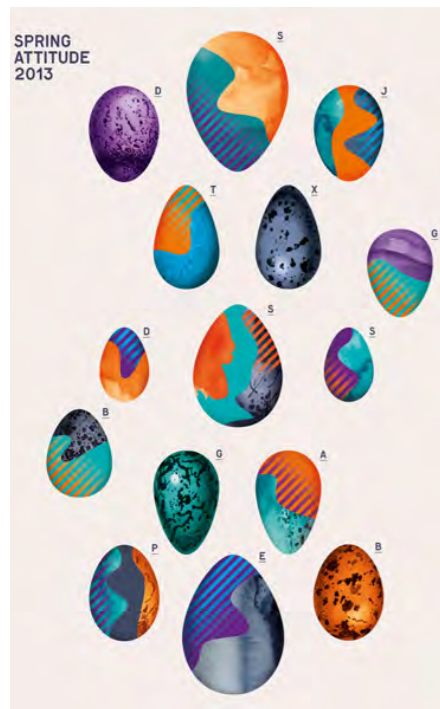
Logo L-Ektrica



L-EKTRICA CHART  
N° 1 / ANDREA ESU & FABRICE



Spring Attitude 2012



Spring Attitude 2013

2manydjs • A Touch Of Class • Acid Washed • Ada • Adriano Canzian • Aeroplane • Ajax • Alan 1 • Alan Braxe • Alexander Robotnick • Ambit 3 • Andomat 3000 • Andrea Benedetti • Ajello & Liquid Laugh • Apparat • Arnaud Rebotini • Autokratz • Azari & Ill • Bang Gang Djs • Bangkok Impact • Bottin • Breakbot • Busy P • Captain Comatose • Carlo Von Linx • Carte Blanche • Cassian • Cécile • Chloe • Cleo • Chris Duckenfield • Classixx • Claudio Fabrianesi • Codec & Flexor • Color • Commodity Place • Crazy P • Cut Copy • Cyberfunk • Daedelus • Damian Lazarus • Daniele Baldelli • Darshan Jesrani • Davide D'Onofrio • Delphi & Mxt • Desire • Dirty Sound System • Discofunken • Dj Falcon • Dj Mehdi • Dj Red • Dj Stile • Dj T • Donnacha Costello • Dozzy • Drama Society • Dribs • Eclat • Ectomorph • Electrolicious • Erlend Oye • Ewan Pearson • Fabio Della Torre • Fabrizio Lapiana • Fabrizio Mammarella • Familien • Fanklub Djs • Fare Soldi • Feadz • Fenech Soler • Filthy Dukes • Fish'n'Chips Djs • Francisco • Franz & Shape • Franz Underwear • Gentlemen Of Disco • G. Rizo • Gianni Music • Gino Woody Bianchi • Giorgio Gigli • Giorgio Vinci • Glass Candy • Glitch • Gm Pop • Golden Bug • Grum • Gucci Soundsystem • Guglielmo Mascio • Guillaume Paco • Headman • Heartbreak • Heidi • Holidays • Hugo Sanchez • I-F • Idjut Boys • In Flagranti • Ivan Smaghe • Jacques Renault • Jamaica • Jeko • Jennifer Cardini • Jesse Rose • Joakim • Junior Boys feat Matthew Didemus • Justice • Justus Kohncke • Kaos • Kate Wax • Kavinsky • Khan • Kiki • Kico • Larry Tee • Late Of The Pier • Light Year • Lifelike • Lory D • Louis La Roche • Jay Shepheard • M.A.N.D.Y. • Marco Foresta • Marco Passarani • Max Durante • Mercury • Metro Area • Metronomy • Minitel Rose • Minimono • Miss Plug Inn • Mir • Miz Kiara • Mixhell (Iggor Cavallera & Laima Leyton) • Modular Djs • Moulinex • Munk • Muscles • One Man Party • Optimo feat Jd Twitch • Peter Edison • Phutura • Pilooski • Play Paul • Poni Hoax • Punks Jump Up • Raiders Of The Lost Arp • Random Factor • Rework • Reuben Wu (Ladytron) • Rex The Dog • Richard Fearless (Death In Vegas) • Riton • Riva Starr • Rodion • R.O.D. • Rossella • Rumi • Sannim • Sascha Funke • Scuola Furano • Sebastian • Sebo K • Sergio Culcasi • Skulljuice • Siddharta • Simian Mobile Disco • Slow Motion • Snax • So Me • Soho Dolls • Solo • Spiller • Spirit Catcher • Stefano Gamma • Steve Aoki • Tensnake • The Butchers • The Juan Maclean • The Glimmers • The Magicake • The Presets • The Revenge • The Swiss • The Teenagers • The Whip • Thieves Like Us • Tiefschwarz • Tiga • Tiger & Woods • Tim Sweeney • Todd Terje • Tomas Barfoed • Tommy Sunshine • To My Boy • Treasure Fingers • Trevor Jackson • Tuccio • Tvyks & Vectif • Two Door Cinema Club • Valerio • Valerio Tamagnini • Vance • Victeam • Vitalic • Yacht • Wawashi Deejay • Who Made Who • Xinobi • Zak Frost • Zombie Zombie

L-Ektrica is Ten!  
1.2.3.4.5.6.7.8.9.10

2002,2003 2003,2004 2004,2005 2005,2006 2006,2007 2007,2008 2008,2009 2009,2010 2010,2011 2011,2012



## Movement Festival

Cugino europeo del “Detroit Electronic Music Festival (DEMF)” uno dei più importanti e storici Festival di musica dance del mondo che si svolge a Detroit dal 2000, Movement ospita le performance dei migliori musicisti e djs internazionali per rappresentare l'evoluzione della cultura musicale contemporanea. Alla sua ottava edizione, Movement articola il proprio palinsesto con rinnovata attenzione alla qualità dell'offerta artistica, ai temi della promozione del territorio, della formazione giovanile, della sicurezza e della sostenibilità ambientale.

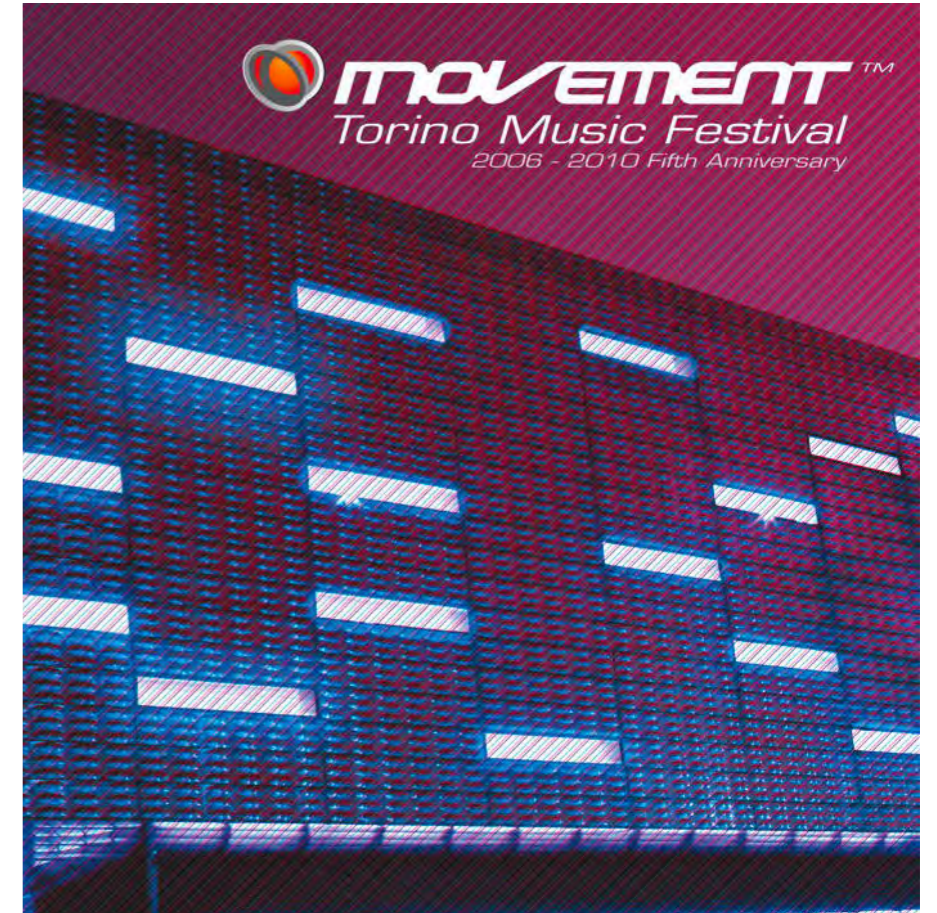
Il Politecnico di Torino, grazie alla Facoltà di Ingegneria del Cinema e dei Mezzi di Comunicazione ospita seminari culturali a cui partecipano gli stessi artisti del Festival.

Movement si propone di consolidarsi come il miglior format di Intrattenimento Intelligente d'Italia.



Movement 2009

Movement 2010



Movement 2013





Movement festival  
Torino  
2011



Movement festival  
Torino  
2012



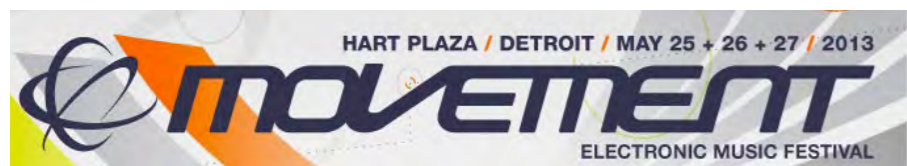
Movement festival  
Torino  
2013



Movement festival  
Detroit  
2012



Movement festival  
Detroit  
2013



## Not.fest

A Noto, culla del barocco siciliano, arte, cultura e natura si fondono in modo inimitabile in un modo inimitabile. NOT.fest è un festival che offre un programma di ricerca musicale che contempla concerti live e dj set, con una line-up ispirata alle più interessanti produzioni contemporanee internazionali. L'evento inoltre dà spazio anche alle emergenti realtà del panorama musicale siciliano che, facendo da spalla a guest internazionali avranno modo di mettere in vetrina le loro qualità.



Logo Not.fest



Not.fest 2011



Not.fest 2012



Not.fest 2013

Locandina Not.fest 2013 >



## Nextech

Giunto alla sua nona edizione, Nextech Festival è una rassegna che si svolge a Firenze. L'obiettivo dell'evento è coinvolgere sempre di più la città, creare un'atmosfera, lasciare una scia della sua presenza e soprattutto valorizzare esperienze musicali della scena elettronica provenienti da contesti diversi, favorendo così anche la fruizione di pubblici differenti, dai più giovani amanti del dancefloor ai più adulti interessati all'esperienza acustica e visiva.



Nextech Festival  
2006



Nextech Festival  
2007



Nextech Festival  
2008

Nextech Festival  
2009



Nextech Festival  
2010



Nextech Festival  
2011



Nextech Festival  
2012





Nextech Festival 2013

Robot Festival 2011



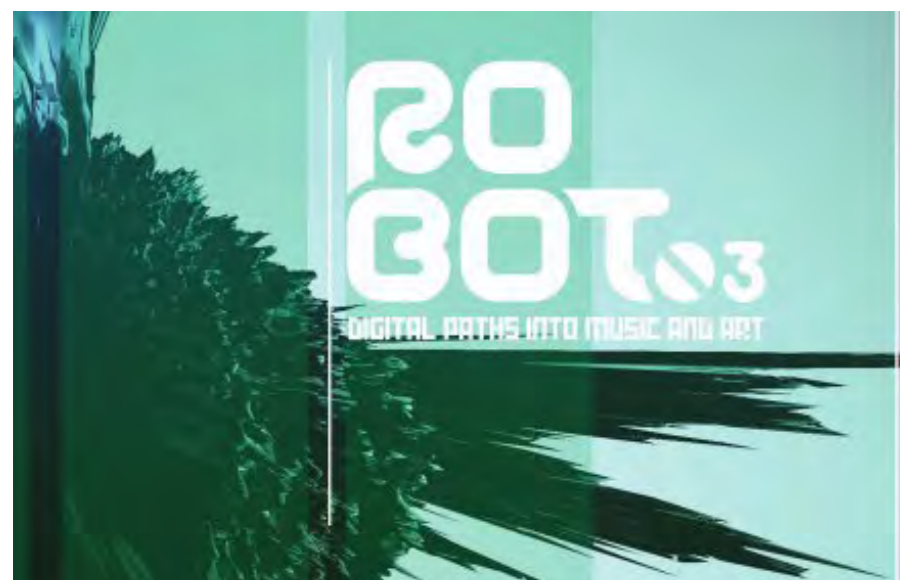
## Robot Festival

roBOt Festival è una manifestazione internazionale - arrivata alla sua sesta edizione - dedicata alla musica elettronica e alle arti visuali che si svolge ogni autunno a Bologna. La prima edizione si è tenuta nel 2008. La preview della manifestazione è il concerto inaugurale al Teatro comunale di Bologna, mentre il festival vero e proprio invece si divide in due momenti: uno diurno - tenuto a Palazzo Re Enzo - in cui live, dj set, performance, workshop, documentari e video installazioni si susseguono a partire dal primo pomeriggio; e uno notturno, dove dj e live performer offrono concerti e dj set nei principali club cittadini. Oltre alla musica, programma artistico del festival si articola in diverse sezioni come workshop e seminari, installazioni video, performance di teatro e di danza e infine il bando di ricerca call4roBOt, pensato per coloro che vogliono presentare un'opera d'arte originale attinente ai temi del festival.

Robot Festival 2012



Robot Festival 2010



Robot Festival 2013





Versioni logo Robot Festival

## Analisi dell'identità visiva: Festival stranieri

### Bestival

Il Bestival è un festival musicale della durata di tre giorni che si tiene sull'Isola di Wight, in Inghilterra. Il festival, fondato nel 2004, si tiene ogni anno verso la fine dell'estate al Robin Hill park. L'evento, organizzato da Leftfield DJ di BBC Radio 1, si è esteso dalla sua prima edizione, vista da soli 10.000 spettatori, sino ad arrivare ad un pubblico di 49.000 persone. Il bestival è stato oggetto di diverse nomination per il premio di miglio Festival del Regno Unito ed è anche noto per l'impegno sociale e ambientale tanto da essere nominato per il premio per il Festival Verde (Green Festival Award).

Logo Bestival  
2009



Logo Bestival  
2010



Logo Bestival  
2011



Logo Bestival  
2012



Logo Bestival  
2013



## Pantiero Festival

Nella splendida Cannes prende vita uno dei festival più interessanti dell'estate Europea, il Pantiero Festival: una rassegna che propone il meglio delle nuove proposte e dei paladini del movimento elettronico. Il festival si dedica da sempre alla musica emergente contemporanea con una forte propensione al genere rock indipendente, hip-hop ed elettronico, offrendo al pubblico uno spettacolo di alta qualità.

Locandina Pantiero  
2004



Locandina Pantiero  
2005





Pantiero Festival 2007



Pantiero Festival 2008



Locandina Pantiero 2009



Locandina Pantiero 2010



Locandina Pantiero 2011



Locandina Pantiero 2012



Locandina Pantiero 2013



Locandina Pantiero 2014



## Primavera Sound

Il Primavera Sound Festival, costituito nel 2001 inizialmente come festival di musica elettronica, è un festival di musica indie e di avanguardia tra i più importanti nel suo genere in Europa.

Il festival, tenutosi fino al 2004 al Poble Espanyol, ha luogo dall'edizione del 2005 al Parc del Fòrum sempre a Barcellona, in Spagna, e deve il suo nome al periodo in cui cade la fine della primavera.

Per oltre un decennio Primavera Sound ha offerto eventi musicali sempre di successo. Fin dalle sue origini, il festival si è fortemente impegnato in modo che gli spettatori di diverse generazioni potessero godere di musica dal vivo a 360°, e questo si riflette chiaramente nella qualità e l'innovazione delle sue line-up.

Nel tempo Primavera Sound è consolidata come un modello di riferimento per i festival urbani ed è considerato a livello internazionale un evento imperdibile. Si distingue dal resto della macro eventi musicali ed è caratterizzata da una linea artistica segnata da pop, rock e le tendenze più sotterranee di musica dance.



Primavera Sound 2010



## Locandina Primavera Sound 2011

**SanMiguel**  
**PRIMAVERA SOUND 2011**

25 i 29 de maig  
POBLE ESPANYOL  
Del 26 al 28 de maig  
PARC DEL FÒRUM  
Barcelona

ARTISTES CONFIRMATS

- Animal Collective
- Ariel Pink's Haunted Graffiti
- Belle & Sebastian
- Blank Dogs
- Broadcast
- Comet Gain
- Dan Melchior und Das Menace
- The Fiery Furnaces
- The Flaming Lips
- Fleet Foxes
- Half Japanese
- John Cale & Band + Orchestra perform
- PARIS 1313 live
- Mercury Rev perform
- Deserter's Songs
- Mogwai
- The National
- Papas Fritas
- Pulp
- Sonny & The Sunsets
- Suicide
- Swans
- Triángulo
- De amor Bizarro

ABONAMENTS A LA VENDA  
145 € MÉS DESPESSES DE DISTRIBUCIÓ  
A PARTIR DEL 2 DE GENER 150 €  
MÉS DESPESSES DE DISTRIBUCIÓ

PUNTS DE VENDA  
COGETICONS, SERVICIAXA,  
BIFONDES CD BRICAM,  
DESTIKETSUK, FNAC FRANÇA  
I WWW.PRIMAVERASOUND.COM

ELS CONCERTS AL POBLE ESPANYOL  
TENEN UN AFORAMENT LIMITAT

**SanMiguel**  
**PRIMAVERA SOUND 2011**

25 i 29 de maig  
POBLE ESPANYOL  
Del 26 al 28 de maig  
PARC DEL FÒRUM  
Barcelona



**San Miguel  
PRIMAVERA  
SOUND  
2012**

DEL 30 DE MAIG AL 3 DE JUNY / DEL 30 DE MAYO AL 3 DE JUNIO  
FROM MAY 30TH TO JUNE 3RD. BARCELONA

A.A. BONDY - A\$AP ROCKY - AEROPLANE - THE AFGHAN WHIGS - AFROCUBISM - ANÍMIC  
 ARAABMUZIK - ARCHERS OF LOAF - ATLAS SOUND - ATLETA - BAXTER DURY - BEACH BEACH  
 BEACH HOUSE - BEIRUT - BENGAL (LIVE) - BIG STAR'S THIRD - BIGOTT - BJÖRK - BLACK LIPS - BLEACHED  
 BOMBINO - BUFFY SAINTE-MARIE - THE CHAMELEONS - CHAVEZ - CHRISTINA ROSENVINGE - CODEINE  
 THE CURE - DANNY BROWN - DEATH CAB FOR CUTIE - DEATH GRIPS - DEATH IN VEGAS  
 DEMDIKE STARE - DIRTY BEACHES - DIRTY THREE - DOBLE PLETINA - DOMINANT LEGS - THE DRUMS  
 EROL ALKAN - FASENUOVA - FATHER JOHN MISTY - THE FIELD - FIELD MUSIC - FOREST SWORDS  
 FRANZ FERDINAND - FRIENDS - GIRLS - GIRLS NAMES - GODFLESH - GRIMES - GRUPO DE EXPERTOS SOLYNEVE  
 HANNI EL KHATIB - HARVEY MILK - HYPE WILLIAMS - I BREAK HORSES - ICEAGE - JAMES FERRARO  
 JAPANROIDS - JEFF MANGUM (NEUTRAL MILK HOTEL) - JEREMY JAY - JOE CREPÚSCULO - JOHN TALABOT LIVE  
 JOSH T. PEARSON - JUSTICE LIVE - KINGS OF CONVENIENCE - KLEENEX GIRL WONDER - LA ESTRELLA DE DAVID  
 LAURA MARLING - LEE RANALDO - LISABÓ - LITURGY - LOWER DENS - MAIN - MATÍAS AGUAYO - MAYHEM  
 MAZZY STAR - MELVINS - MICHAEL GIRA - MILAGRES - MILK MUSIC - MUDHONEY - MUJERES - NACHO VEGAS  
 NAPALM DEATH - NEON INDIAN - NICK GARRIE PLAYS THE NIGHTMARE OF J.B. STANISLAS  
 NUMBERS SHOWCASE: JACKMASTER, ONEMAN, DEADBOY, SPENCER, REDINHO - OBITS - OFFI  
 THE OLIVIA TREMOR CONTROL - ORTHODOX - OTHER LIVES - PEGASYS - PETER WOLF CRIER  
 PICORE - PIONAL LIVE - THE POP GROUP - THE RAPTURE - REAL ESTATE - REBOLLEDO - REFREE - REFUSED  
 RICHARD HAWLEY - THE RIGHT ONS - RUFUS WAINWRIGHT - RUSTIE - SANDRO PERRI - SBTRKT - SCUBA  
 SENIOR I EL COR BRUTAL - SHARON VAN ETTEN - SHELLAC - SISKIYOU - SLEEP - SLEEPY SUN - SPIRITUALIZED  
 SR. CHINARRO - ST. ETIENNE - TALL FIRS - THEE OH SEES - TRASH TALK - UNICORNIBOT - VERONICA FALLS  
 THE WAR ON DRUGS - WASHED OUT - WAVVES - THE WEDDING PRESENT PLAYS SEAMONSTERS  
 WHITE DENIM - WILCO - WOLVES IN THE THRONE ROOM - THE XX - YANN TIERSSEN - YO LA TENGO..



**Locandina Primavera Sound  
2012**

**Locandina Primavera Sound  
2013**



**PRIMAVERA  
SOUND2013**




**San Miguel  
PRIMAVERA  
SOUND  
2012**

30/31 MAIG - MAYO - MAY  
1/2/3 JUNY - JUNIO - JUNE  
BARCELONA

A\$AP ROCKY - ARCHERS OF LOAF - BAXTER DURY - BEACH HOUSE  
 BJÖRK - CODEINE - DEATH CAB FOR CUTIE - DEATH IN VEGAS  
 THE DIRTY THREE - THE DRUMS - FRANZ FERDINAND - GODFLESH  
 JEFF MANGUM (NEUTRAL MILK HOTEL) - JOSH T. PEARSON  
 LISABÓ - MUDHONEY - NEON INDIAN  
 NUMBERS SHOWCASE: JACKMASTER, ONEMAN, DEADBOY, SPENCER, REDINHO  
 OFFI - THE OLIVIA TREMOR CONTROL - OTHER LIVES  
 SANDRO PERRI - SBTRKT - SHELLAC - SISKIYOU  
 SPIRITUALIZED - VERONICA FALLS - WASHED OUT - WHITE DENIM  
 WILCO - THE XX - YO LA TENGO..




**PRIMAVERA  
SOUND2013**

22 - 26 MAYO  
BARCELONA



# Sònar

Sònar è il Festival Internazionale di musica e new media art che si tiene a Barcellona.  
Fondato nel 1994, Sònar è un festival d'avanguardia con un formato unico e contenuti. Col tempo è divenuto un riferimento importante per i festival internazionali grazie a un'offerta culturale accurata, che unisce una natura giocosa, l'avanguardia e la sperimentazione di nuove tendenze della musica. Le sue interazioni e ibridazioni con la creazione digitale e dei nuovi media unisce artisti affermati con talenti emergenti, in tutti i settori della produzione musicale e audiovisiva. Il festival è fondato su valori che lo definiscono fin dalla sua nascita: il legame tra creatività e tecnologia, il suo impegno ad essere un evento globale e un punto di incontro per i creativi provenienti da diversi settori.



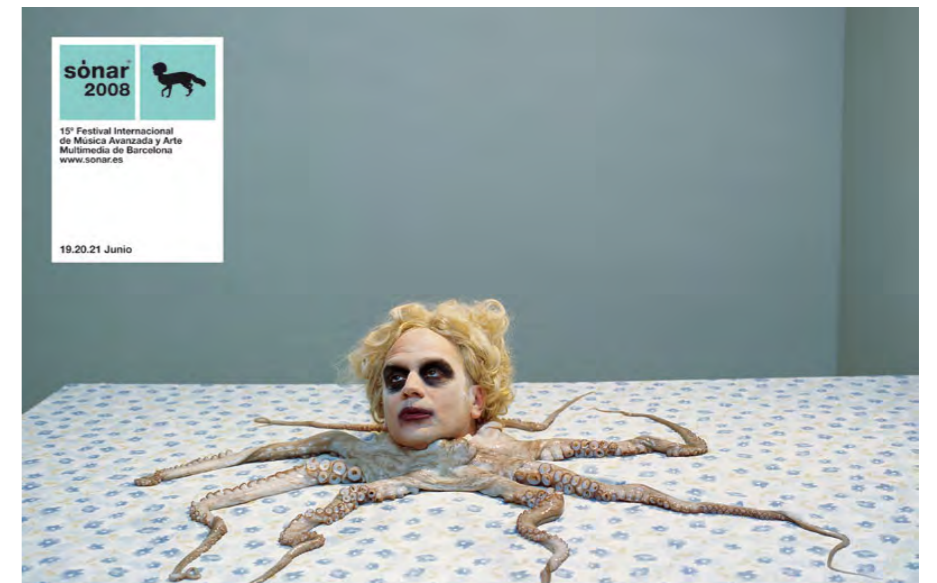
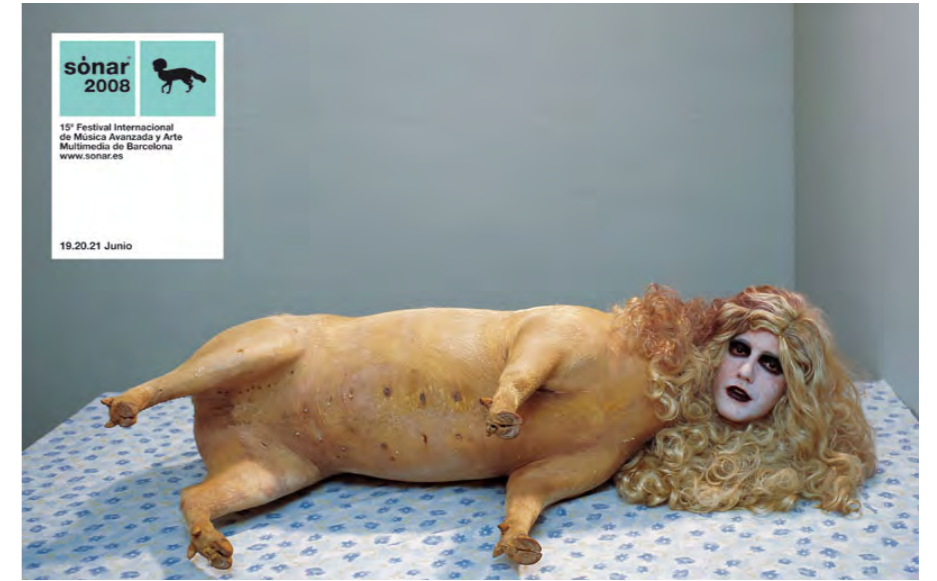
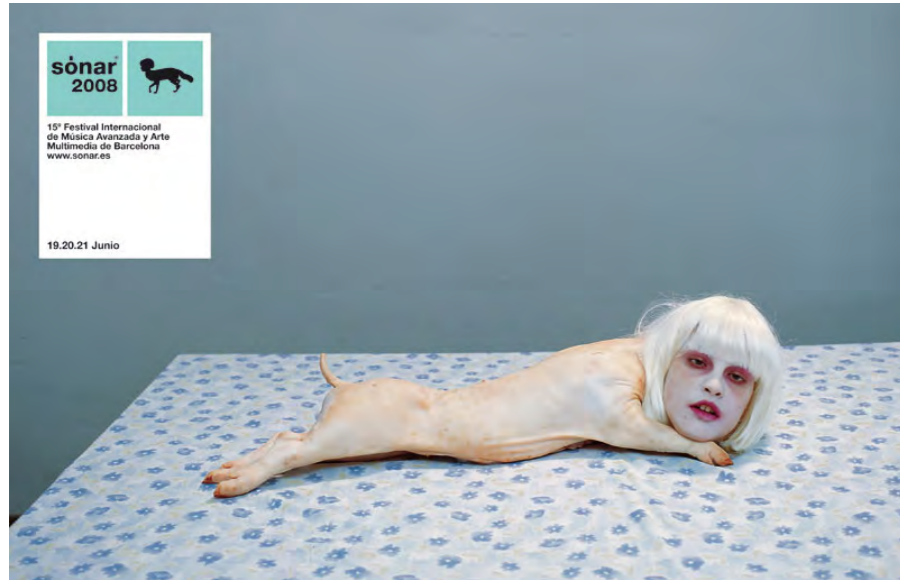
Locandina Sònar 2006



Locandina Sònar 2007



Locandine Sònar  
2008





Locandine Sònar 2009



Locandina Sonar 2010





**sonar**  
2012   
19<sup>th</sup> International Festival  
of Advanced Music  
and New Media Art  
[www.sonar.es](http://www.sonar.es)  
Barcelona  
14.15.16 June

Locandina Sònar  
2012



**sonar**  
2012   
19<sup>th</sup> Festival Internacional  
de Música Avanzada  
y New Media Art  
[www.sonar.es](http://www.sonar.es)  
Barcelona  
14.15.16 Junio



**sonar**  
2012   
19<sup>th</sup> Festival Internacional  
de Música Avanzada  
y New Media Art  
[www.sonar.es](http://www.sonar.es)  
Barcelona  
14.15.16 Junio



**sonar**  
2012    
Barcelona  
14.15.16 Junio



**sonar**  
2012   
19<sup>th</sup> International Festival  
of Advanced Music  
and New Media Art  
[www.sonar.es](http://www.sonar.es)  
Barcelona  
14.15.16 June



**sonar**  
2012   
19<sup>th</sup> Festival Internacional  
de Música Avanzada  
y New Media Art  
[www.sonar.es](http://www.sonar.es)  
Barcelona  
14.15.16 Junio



**sonar**  
2013 **20**

20<sup>th</sup> International Festival  
of Advanced Music  
and New Media Art  
www.sonar.es

Barcelona  
13.14.15 June

Locandina Sònar  
2013

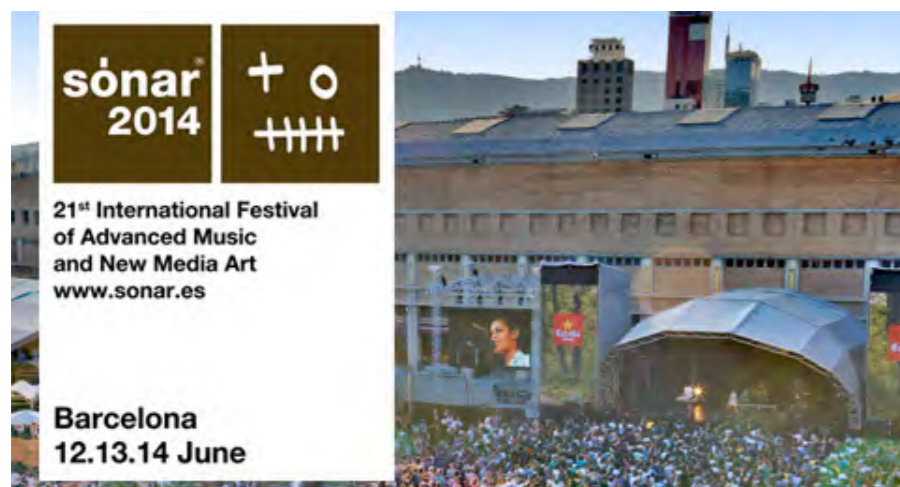


**sonar**  
2013 **20**

20<sup>th</sup> International Festival  
of Advanced Music  
and New Media Art  
www.sonar.es

Barcelona  
13.14.15 June

Coachella Festival  
2010



**sonar**  
2014

21<sup>st</sup> International Festival  
of Advanced Music  
and New Media Art  
www.sonar.es

Barcelona  
12.13.14 June

Locandina Sònar  
2014



**sonar**  
2014

Barcelona

21<sup>st</sup> International Festival  
of Advanced Music  
and New Media Art  
www.sonar.es

Barcelona  
12.13.14 June

GOLDENVOICE PRESENTS IN INDIO

**COACHELLA**  
COACHELLA VALLEY MUSIC AND ARTS FESTIVAL  
INDIO CALIFORNIA

**Jay-Z** FRIDAY APRIL 16

**LCD Soundsystem • Them Crooked Vultures**  
Vampire Weekend • Deadmau5 • Public Image Limited • the Specials  
Grizzly Bear • Passion Pit • Echo and the Bunnymen • Benny Benassi • Fever Ray  
Grace Jones • She & Him • Erol Alkan • the Avett Brothers • Calle 13 • the Whitest Boy Alive • the Cribs • La Roux  
Yeasayer • Lucero • DJ Lance Rock • the Dillinger Escape Plan • Proxy • Ra Ra Riot • Deer Tick • Wolfgang Gartner  
Aeroplane • Iglo • Hartly • Sleigh Bells • P.O.S. • Baroness • Hockey • Little Dragon • White Rabbits  
Wale • Kate Miller-Heidke • As Tall As Lions • Jets Overhead • Alana Grace • Pablo Hassan

SATURDAY APRIL 17

**Muse**  
Faith No More • Tiësto

MGMT • David Guetta • the Dead Weather • Hot Chip • Devo • Coheed and Cambria  
Kaskadee • 2ManyDJ's • Major Lazer • Dirty Projectors • Gossip • Z-Trip  
the xx • John Waters • Les Claypool • the Raveonettes • Mew • Sia • Camera Obscura • Tokyo Police Club  
Porcupine Tree • Old Crow Medicine Show • Aterciopelados • Bassnectar • Frightened Rabbit • Dirty South  
Flying Lotus • Corinne Bailey Rae • Pretty Lights • Shooter Jennings • RX Bandits • the Almighty Defenders  
Edward Sharpe and the Magnetic Zeros • Craze & Klover • Zoë • the Temper Trap • Portugal • the Man  
Band • Skulls • Girls • Beach House • Steel Train • Frank Turner

SUNDAY APRIL 18

**Gorillaz**  
Pavement • Thom Yorke

Phoenix • Orbital • Spoon • Sly and the Family Stone • De La Soul  
Julian Casablancas • Plastikman • Gary Numan • Charlotte Gainsbourg  
Sunny Day Real Estate • Yo La Tengo • MUTEMATH • Deerhunter • Infected Mushroom • Club 75 • Matt & Kim  
the Big Pink • Gil Scott-Heron • King Khan • the Shins • Florence and the Machine • Yann Tiersen • Little Boots • Mike Snow  
Talvin Singh • Cex • B.A.B. • Babasonicos • Owen Pallett • the Glitch Mob • Mayer Hawthorne • Local Natives  
Rusko • the Middle East • Madoukani • the Soft Pack • Kevin Devine • Paparazzi • Delphic • One Eschiod



Coachella Festival 2008



Coachella Festival 2009



Coachella Festival 2011



Coachella Festival 2012



Coachella Festival 2013



Coachella Festival 2014

## Considerazioni

Da quest'accurata analisi compiuta su un campione piuttosto rilevante di manifestazioni perlopiù analoghe a quella che mi appresto a ideare, posso constatare che è difficile riscontrare degli elementi fissi all'interno dell'identità visiva legata alla musica elettronica. Le grafiche utilizzate sono tra le più varie, spesso anche slegate tra loro a distanza di un'edizione e l'altra dello stesso festival.

Si potrebbero individuare una serie di punti cardine che uniscono, seppure in modalità sempre diverse, le identità visive appartenenti al genere della musica elettronica, quali l'uso delle *forme geometriche* - come nel caso del Robot Festival, del Not.fest, e in parte anche del Primavera Sound e del Pantiero Festival - , sia tridimensionali che bidimensionali, e l'uso del colore in maniera fortemente d'impatto, puntando sulla scelta di *colori accesi*.

E' giusto specificare inoltre che, affianco a questo tipo di caratterizzazione, vengono spesso usate immagini fotografiche a costituire l'identità visiva dell'edizione di un festival, e che spesso il nome dell'evento diviene elemento rappresentativo dell'evento stesso attraverso la scelta di un particolare font o lettering - come nel caso del Coachella, del Bestival e del Robot Festival - , senza l'aggiunta di altra simbologia come accompagnamento. Qualora sia presente un simbolo grafico unito al nome dell'evento - come per il Movement Festival e il Nextech Festival - , essi solitamente muteranno insieme di volta in volta, con il susseguirsi delle varie edizioni.

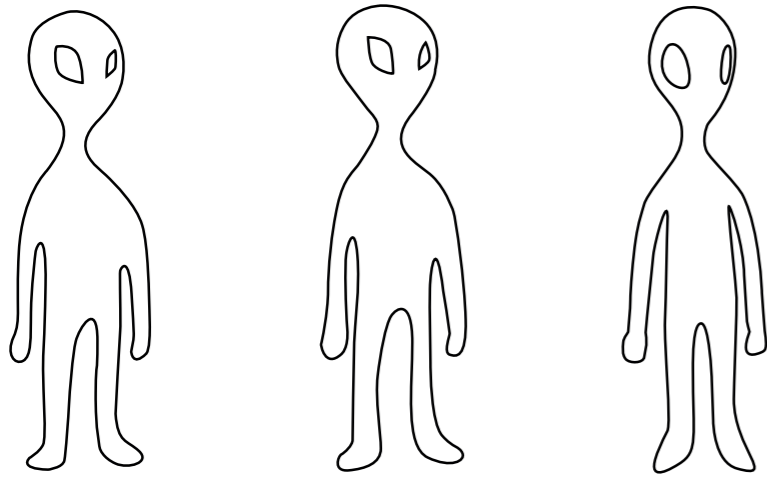
Un caso interessante è quello rappresentato dal Sònar Festival, il quale fa un evidente uso di immagini fotografiche sempre diverse per la costituzione della propria identità visiva ma mantiene costante e riconoscibile la struttura legata al nome dell'evento, ossia il font utilizzato inserito all'interno di una determinata cornice. La particolarità sta nel fatto che spesso il nome dell'evento è accompagnato da un logo volta per volta diverso in base all'occasione, seppure il contesto rimanga ben riconoscibile grazie agli altri elementi fissi dell'identità del festival.



## Evoluzione del progetto

Volendo incentrare la simbologia legata all'identità visiva del mio progetto all'aspetto di estraneità che l'evento musicale rappresenta in una realtà territoriale come quella ascolana, ho deciso di utilizzare un nome che rispecchiasse queste caratteristiche e ne racchiudesse il significato: *Ufofest* infatti richiama molto intuitivamente queste peculiarità. Successivamente ho elaborato diverse soluzioni che rappresentassero anche graficamente il duplice concetto che volevo esprimere, ossia sì il carattere alieno del genere musicale inteso come un genere poco diffuso in questo ambiente ma anche la volontà di insediamento del genere stesso all'interno del nostro territorio, rappresentandolo attraverso una simbologia legata all'invasione aliena.

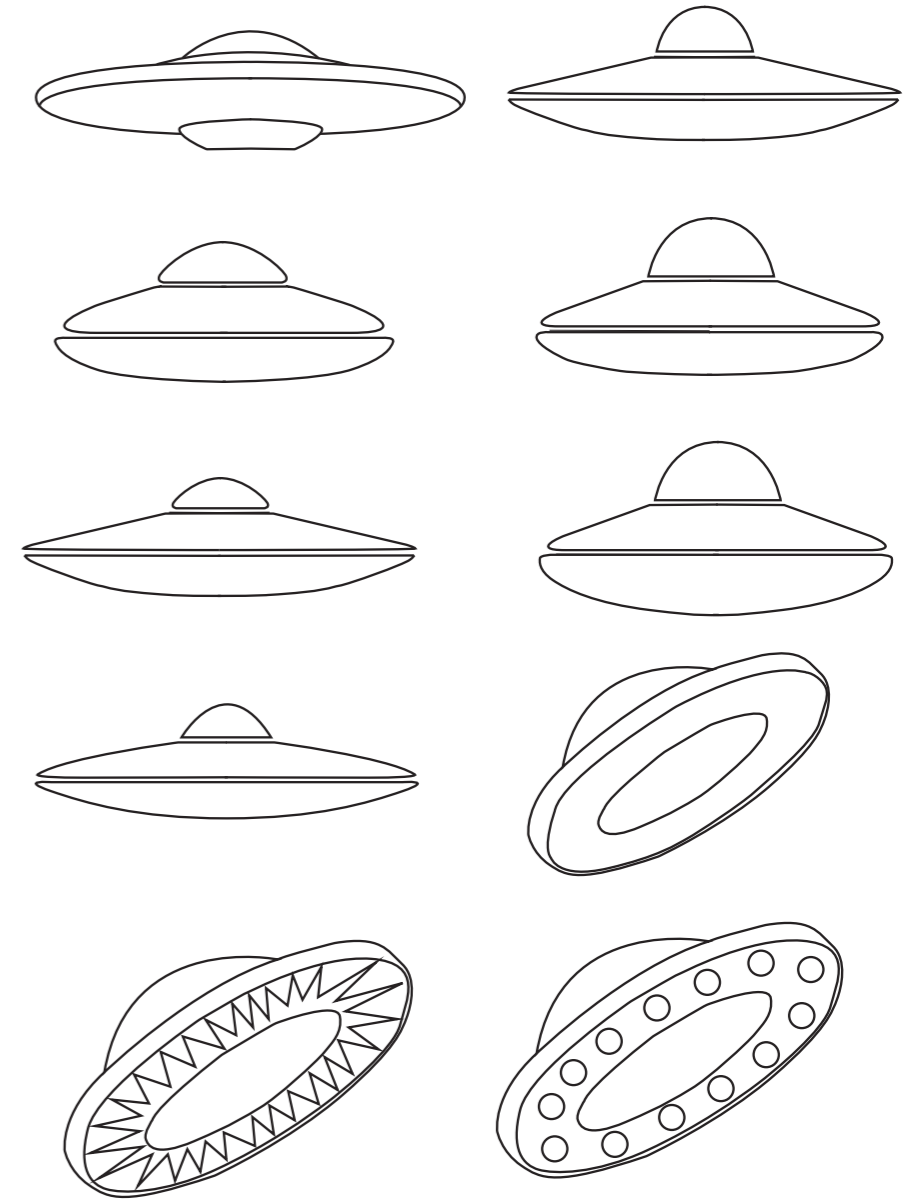
### 1. Scelta e sviluppo del logo



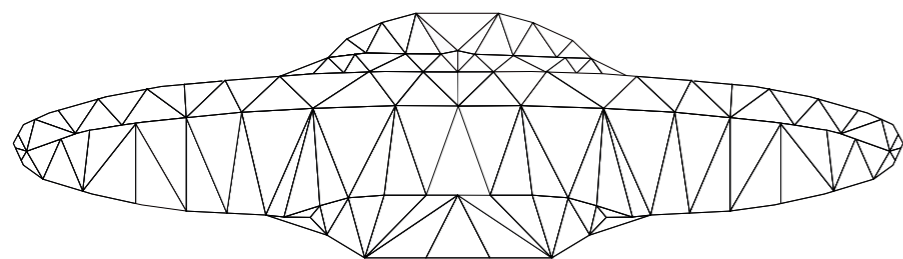
Soluzione n.1  
Alieno



Soluzione n.2  
Astronave

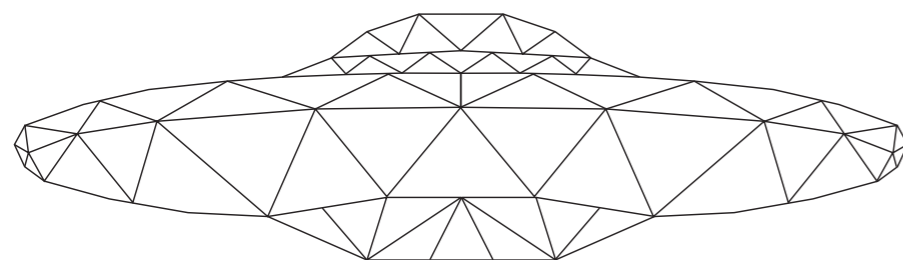


Successivamente a questi tentativi, la decisione è stata quella di portare avanti la simbologia legata all'astronave, selezionando nello specifico il primo esempio della serie e ipotizzandone altre versioni.

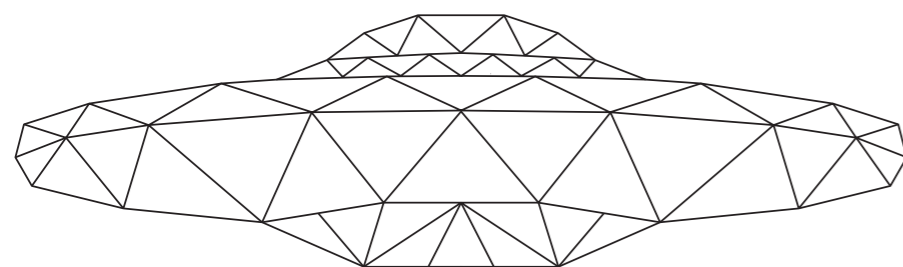


**Soluzione astronave in triangoli**

Per caratterizzare maggiormente il logo all'interno dello scenario a cui è destinato, ho deciso di modificare l'andamento lineare del disegno scomponendo la figura in una serie di triangoli che rendessero comunque la forma iniziale dell'astronave. Successivamente ho tentato di semplificare e ridurre il numero di triangoli che costituivano l'astronave e di ridurne in seguito anche le dimensioni. Il lavoro sulla forma applicato al primo tentativo di semplificazione vede poi una riduzione della larghezza dell'astronave, che gradualmente sarà notevolmente modificata.

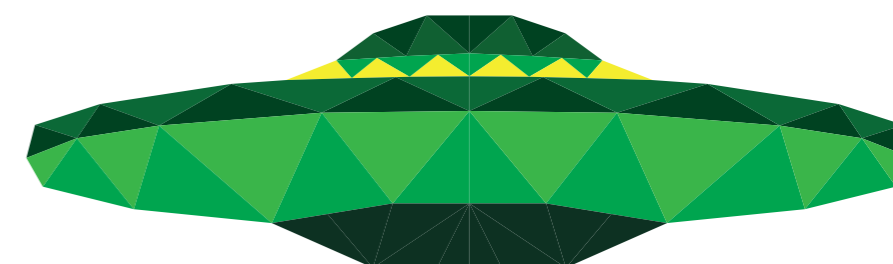
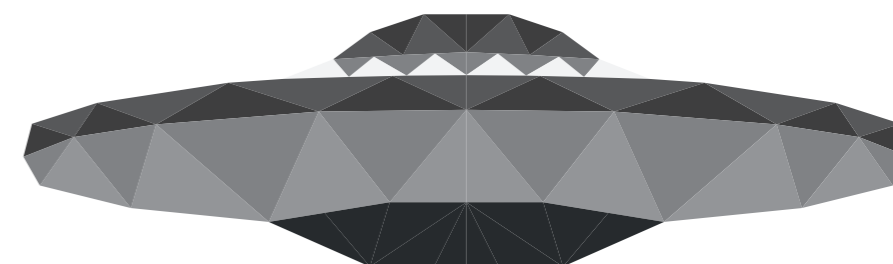
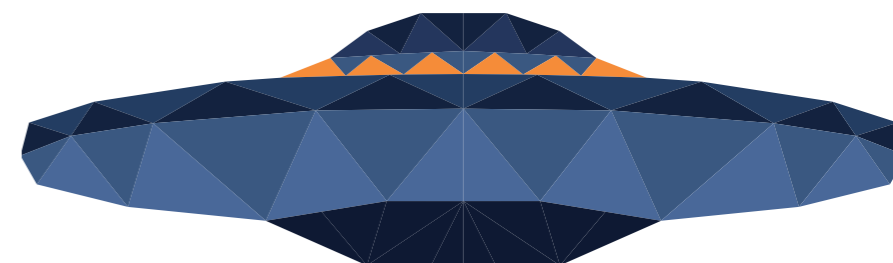
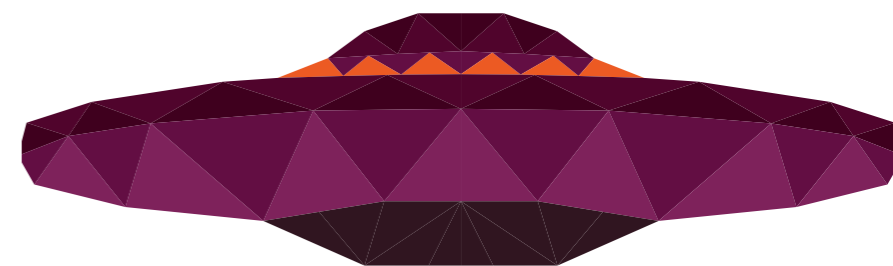


**Semplificazione dei triangoli**



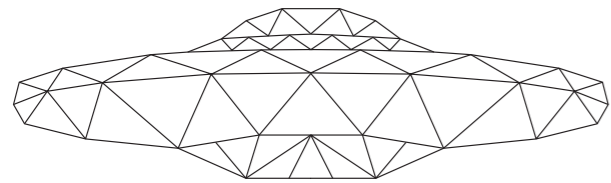
**Semplificazione dei triangoli alle estremità laterali**

**Prove colori in quattro versioni**



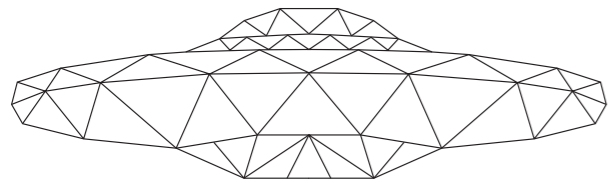
Il logo si presenta quindi nelle quattro versioni colorate in viola, blu, grigio e verde oltre alla versione di base, costituita solo dal suo scheletro. A questa configurazione è stato associato l'aspetto tipografico, per cercare di definire una versione standard dell'insieme. Sono stati fatti diversi tentativi di accostamento tra la versione di base del logo e vari font di grandezze e spessori differenti.

1. Avant Go



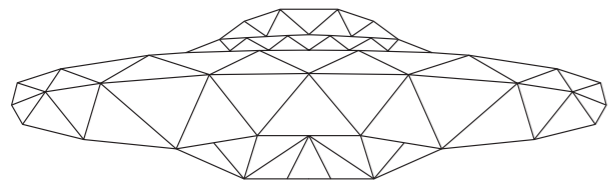
UFOFEST

4. PISTARA

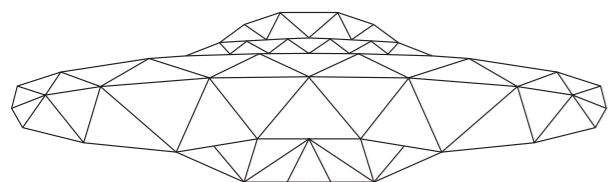


UFOFEST

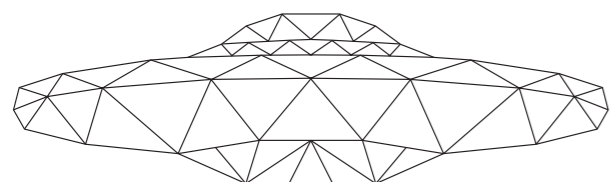
5. YELLOW PEAS



UFOFEST

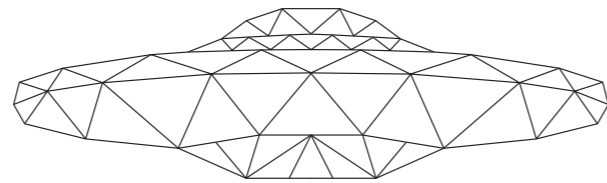


UFOFEST



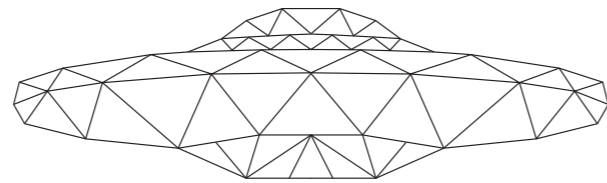
UFOFEST

2. W/ MCONNECTOR GUAR

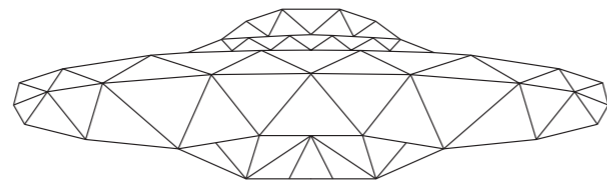


UFOFEST

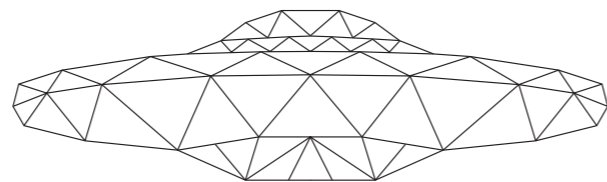
3. N ON IG S



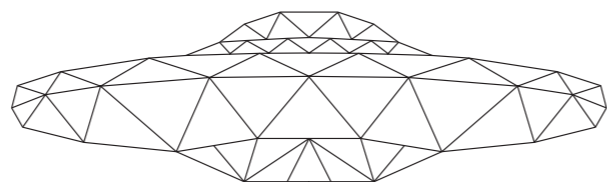
UFOFES



UFOFEST

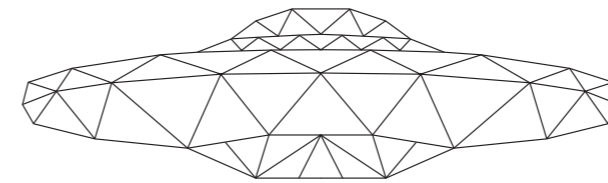


UFOFEST

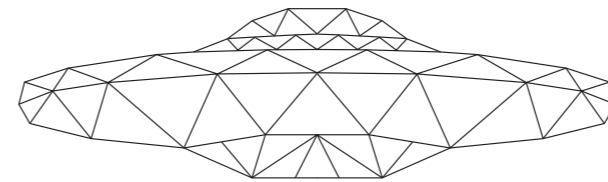


UFOFEST

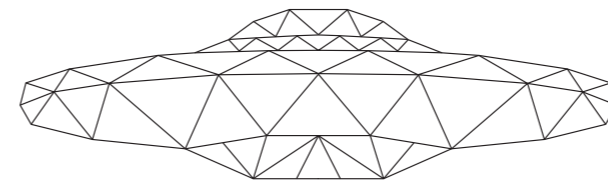
6. REPLICA bold



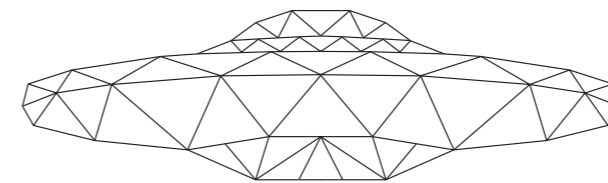
**UFOFEST**



**UFOFEST**

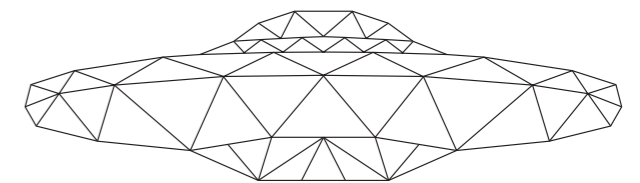


**UFOFEST**

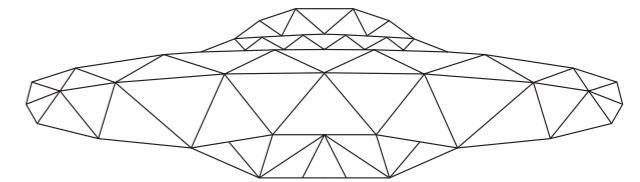


**UFOFEST**

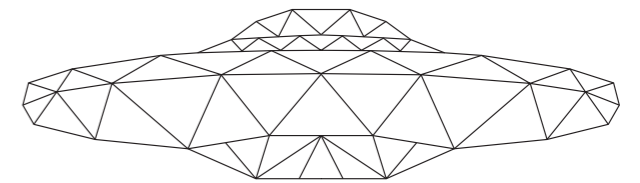
6. REPLICA regular



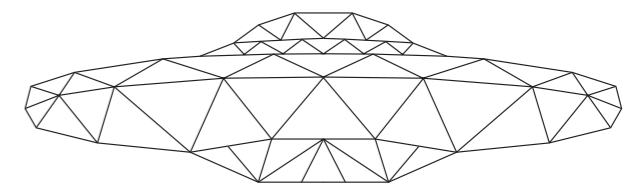
**UFOFEST**



**UFOFEST**



**UFOFEST**



**UFOFEST**

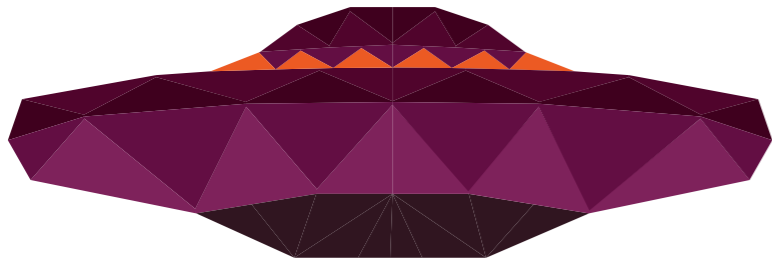
50 pt

36 pt

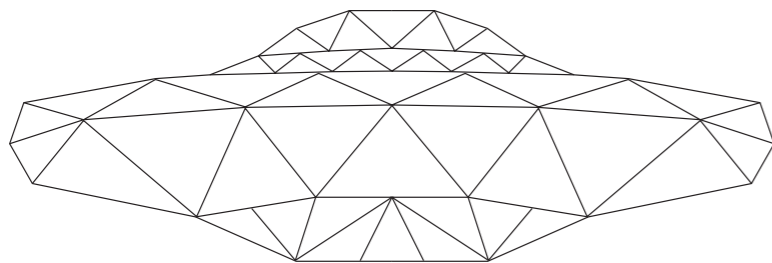
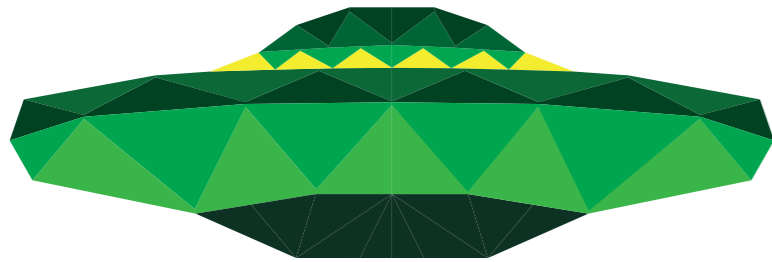
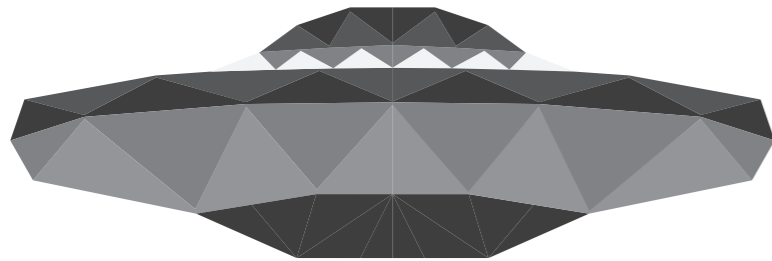
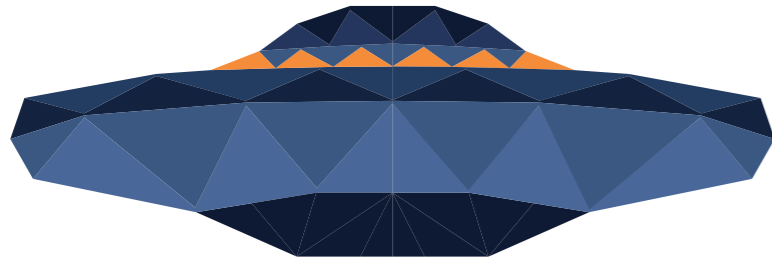
36 pt  
50 pt

50 pt

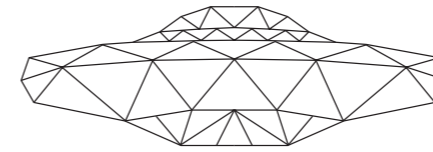
36 pt



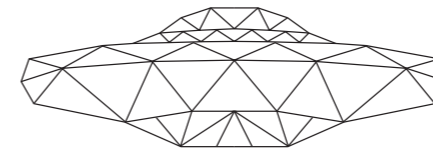
Semplificazione ulteriore  
dei triangoli alle estremità  
laterali



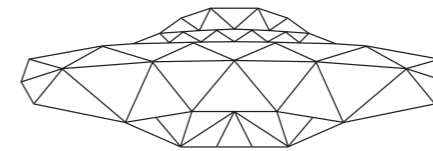
6. REPLICA bold



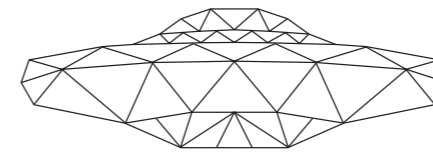
**UFOFEST**



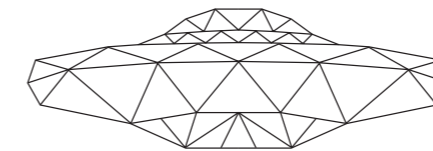
**UFOFEST**



**UFOFEST**

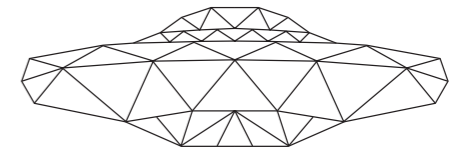


**UFOFEST**

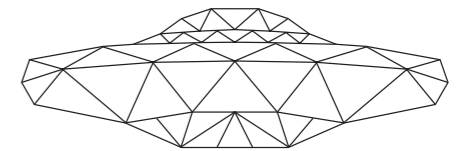


**UFOFEST**

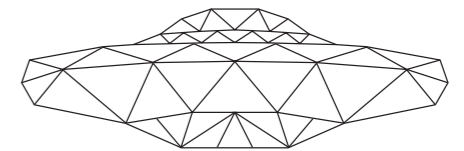
6. REPLICA regular



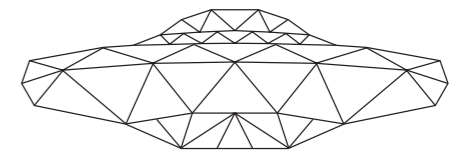
**UFOFEST**



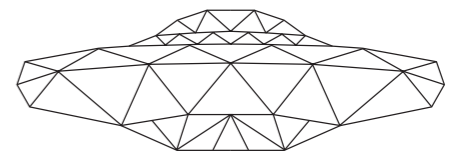
**UFOFEST**



**UFOFEST**



**UFOFEST**



**UFOFEST**

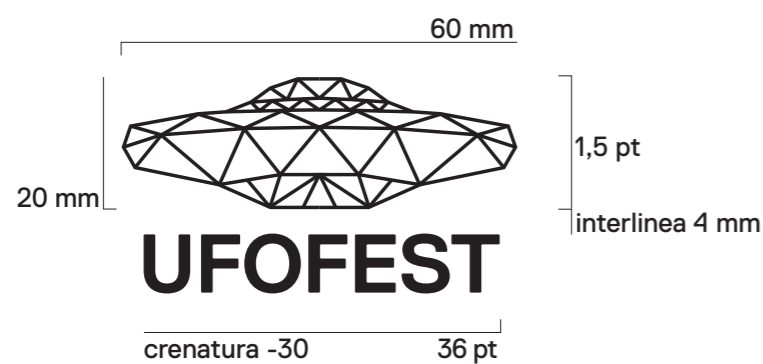
18 pt

24 pt

30 pt

36 pt

50 pt



La versione standard definitiva è dunque così composta: il logo si presenta di dimensioni 20 x 60 mm con uno spessore di 1,5 pt e al di sotto di esso, con un'interlinea di 4 mm, troviamo il nome dell'evento, di dimensioni pari a 36 pt. Il font scelto è il Replica Std, soprattutto per le sue caratteristiche compositive e per la sua struttura particolare.

Struttura compositiva del font Replica Std



Replica Light

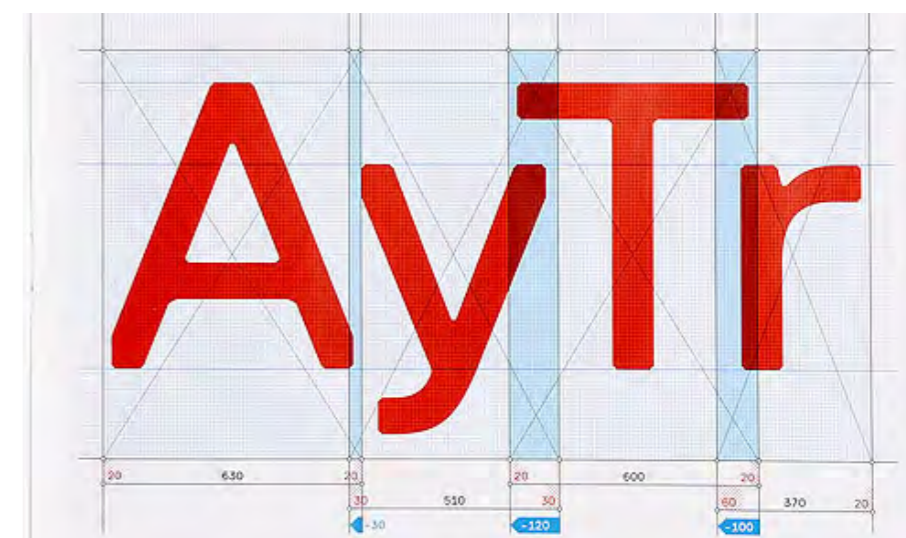
*Replica Light Italic*

Replica Regular

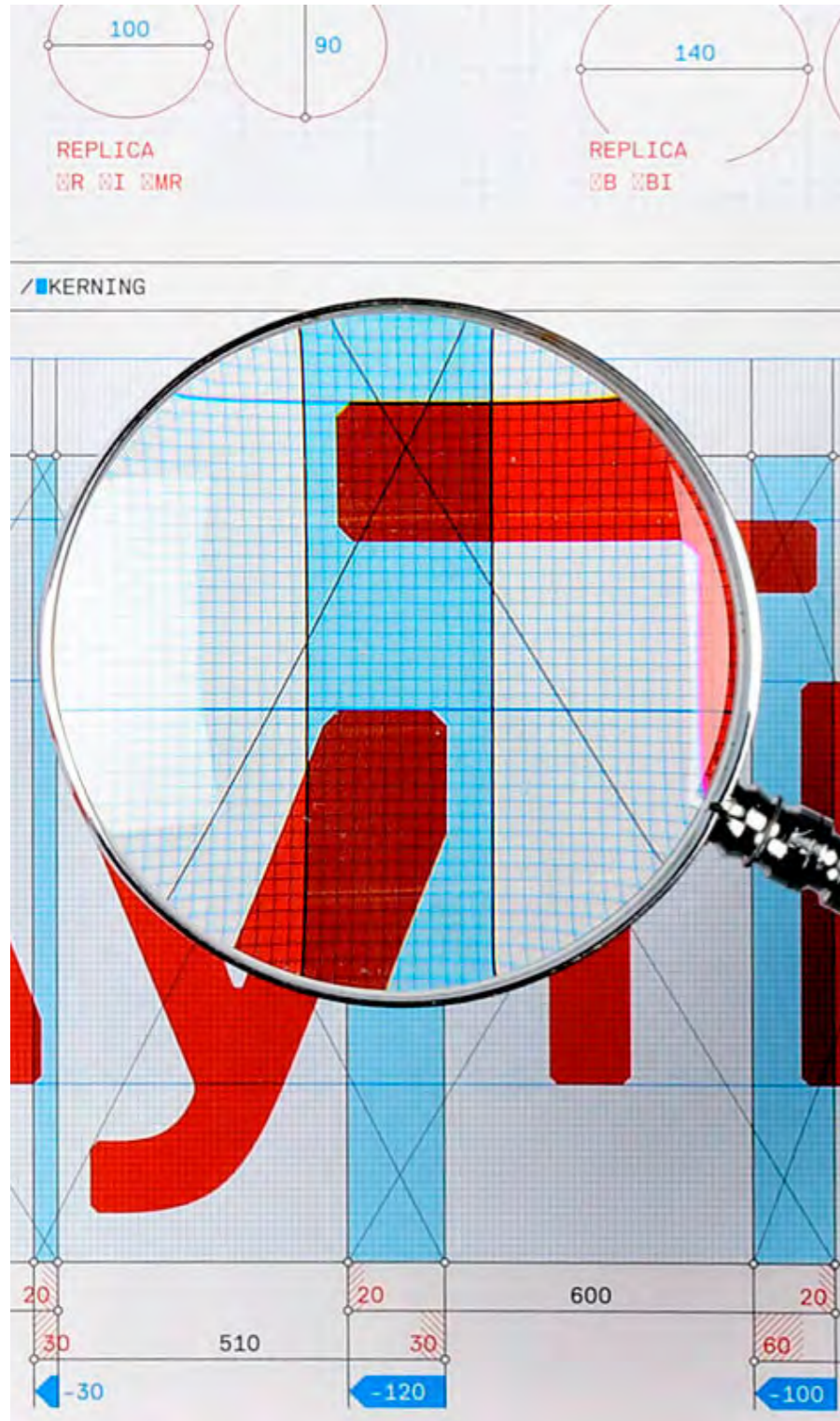
*Replica Italic*

Replica Bold

*Replica Bold Italic*



Replica è un carattere sans serif pensato e progettato a Zurigo dallo studio di design Norm. E' destinato ad essere utilizzato per le più svariate applicazioni grafiche come i titoli, segnaletica e così via. Il carattere è stato progettato su una griglia molto ridotta e rigorosa che ha definito ogni decisione progettuale. Al posto delle 700 unità di altezza standard, la griglia è stata ridotta a sole 70 unità. Questo restrizione autoindotta influenza fortemente la forma di ogni singolo glifo.



## 2. Scelta e sviluppo del manifesto

Per quanto riguarda la progettazione del manifesto, l'idea inizialmente era quella di attenersi ai criteri caratteristici dei manifesti di musica elettronica precedentemente analizzati, ossia la presenza di forme geometrizzanti e di colori forti. L'intento comune a tutte le prove di manifesto era comunque quello di creare una superficie su cui l'utente potesse muoversi più o meno liberamente e che potesse consentirgli l'interazione.

Prima ipotesi di manifesto  
Versione n.1

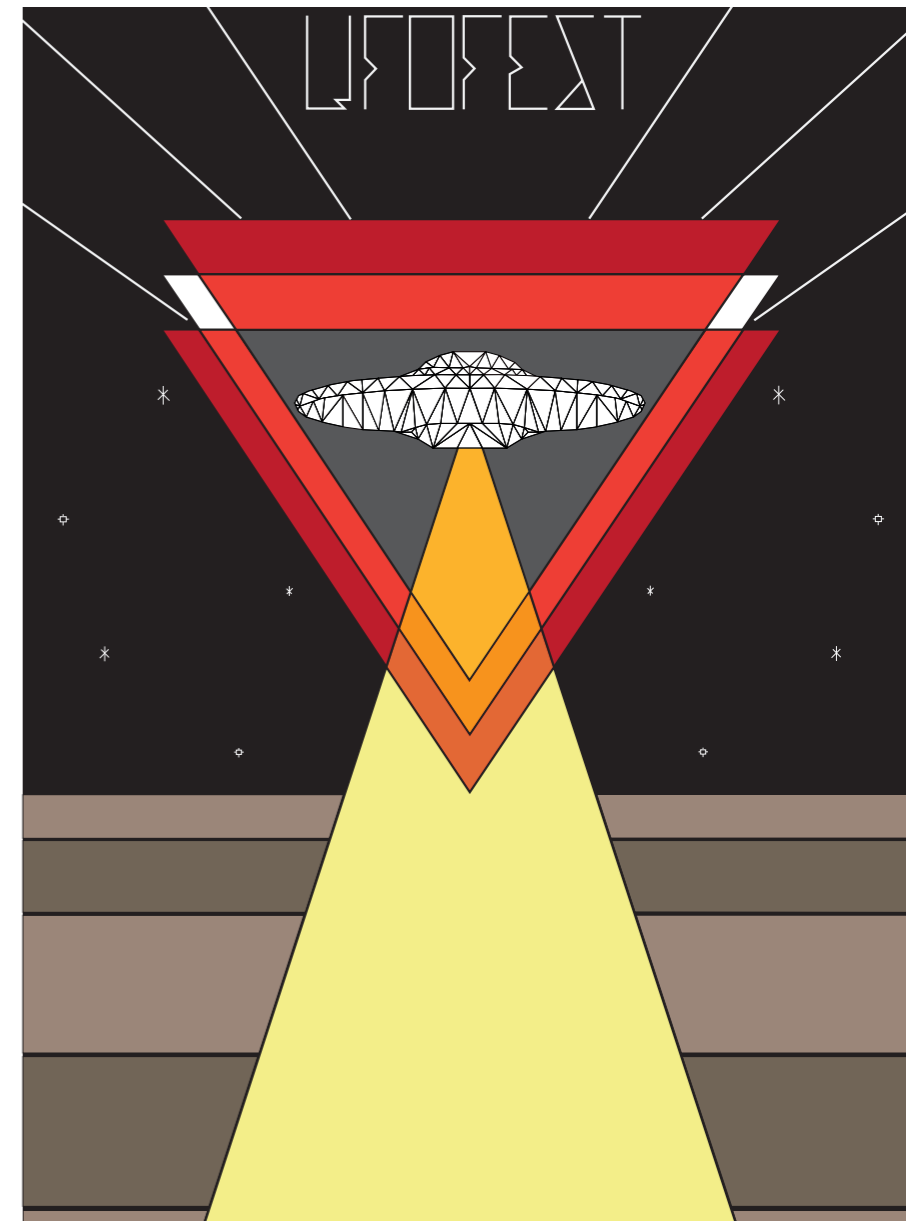




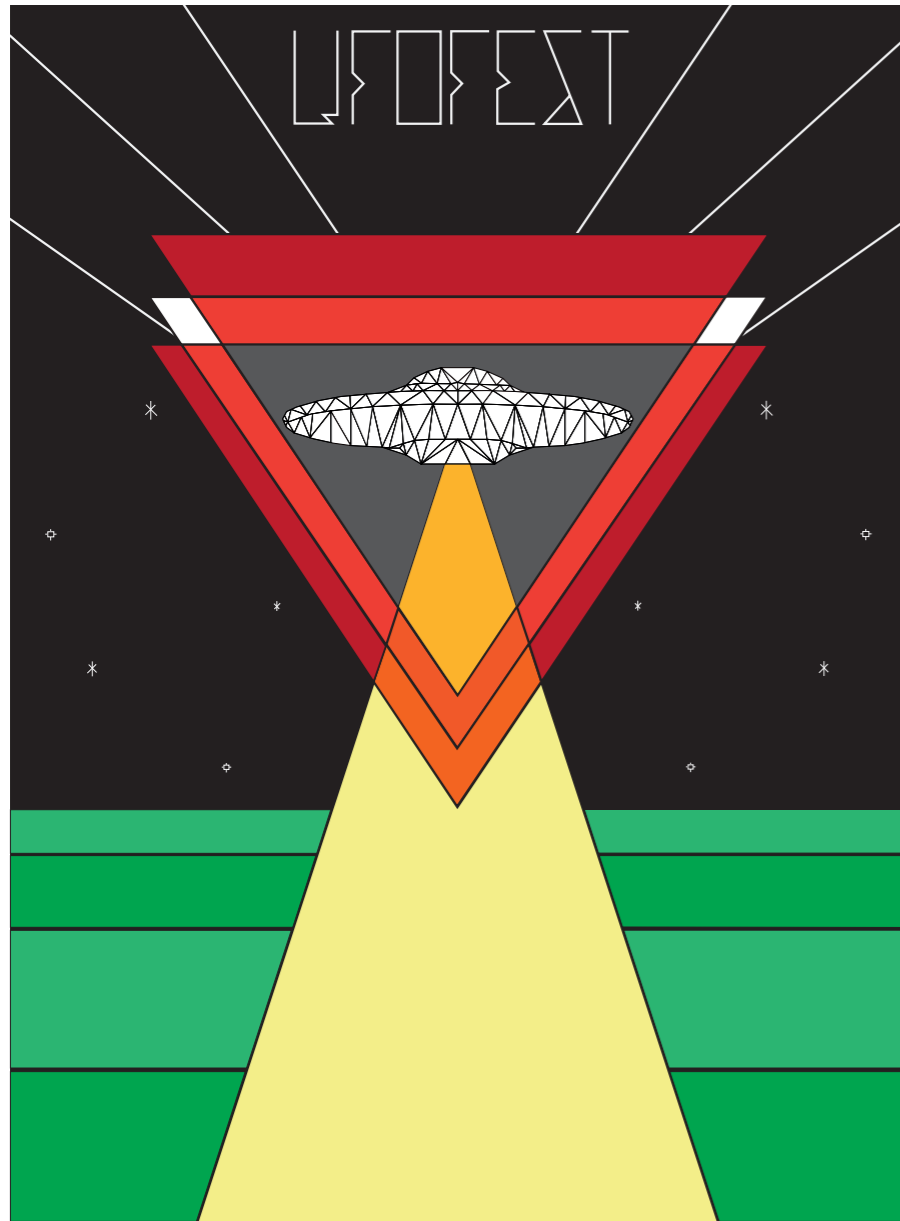
Prima ipotesi di manifesto  
Versione n.2

Il manifesto raffigura un paesaggio collinare notturno, rappresentato sotto forma di triangoli. Lo sfondo è volutamente lasciato piuttosto neutro, sia per la parte superiore che per quella inferiore, così da stimolare la creatività dell'utente senza limitarlo attraverso connotazioni specifiche.

Seconda ipotesi  
di manifesto  
Versione n.1

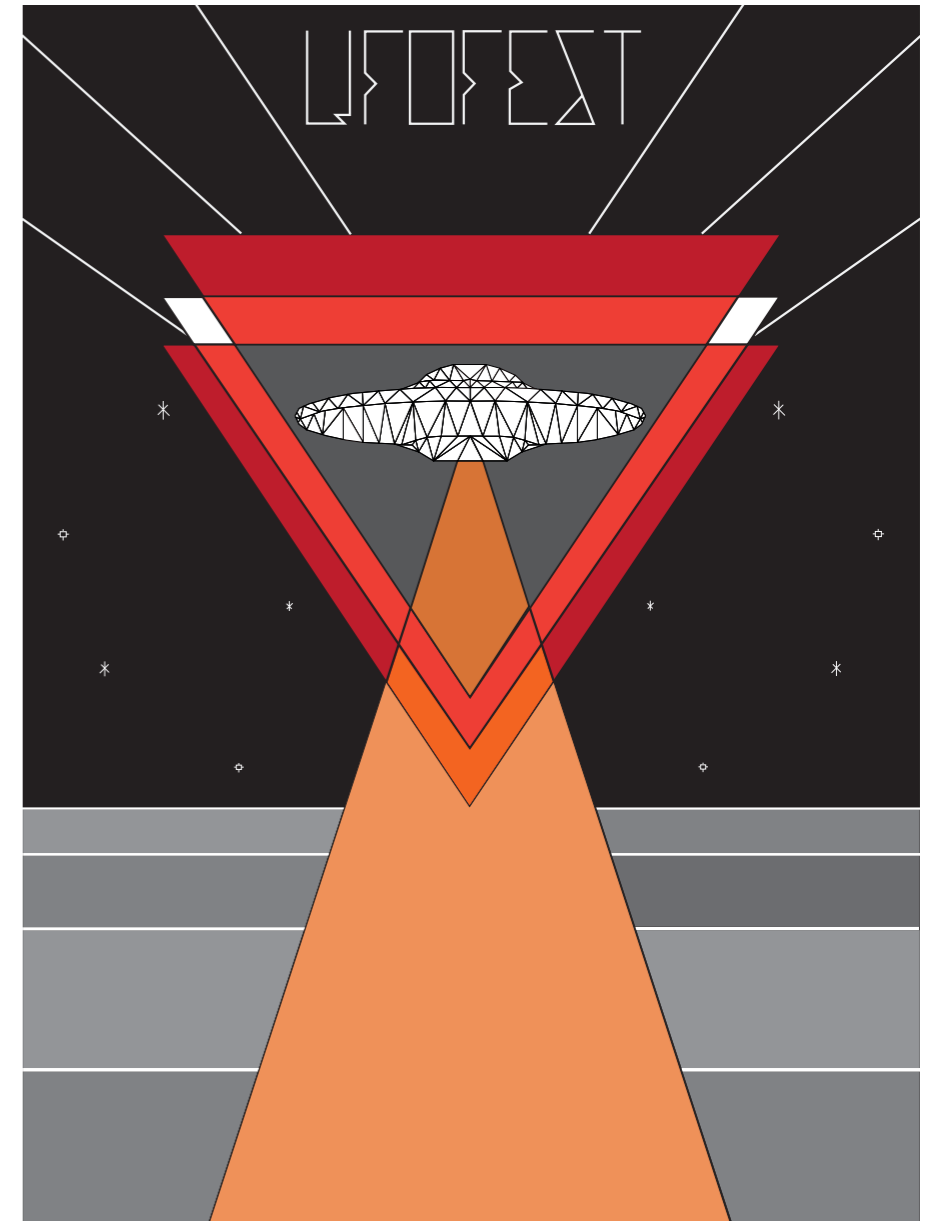


Per la seconda prova ho invece pensato di creare uno sfondo bidimensionale, pur non abbandonando le forme geometriche. L'ambientazione rimane notturna ma i colori risultano più intensi rispetto al tentativo precedente. In questa versione troviamo posizionato il logo dell'evento - nella sua versione iniziale - , non colorato e centrale. Lo scopo era appunto quello di indurre l'utente ad interagire con esso pur essendo vincolato dalla posizione dell'astronave, che costituisce l'elemento fisso. Compare anche il nome dell'evento, posizionato in alto, composto tramite l'utilizzo di un font creato apposta per l'occasione, successivamente abbandonato e sostituito.

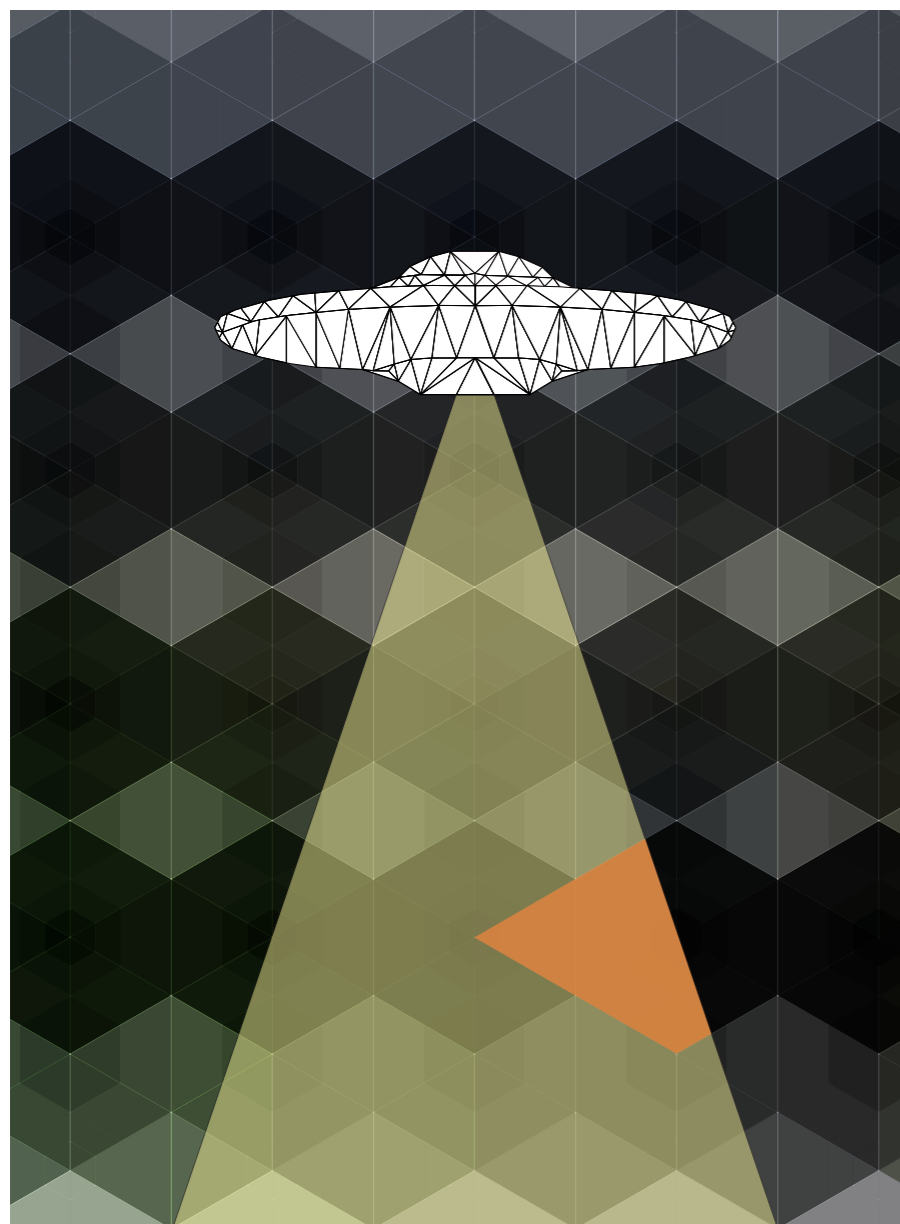


Seconda ipotesi  
di manifesto  
Versione n.2

Seconda ipotesi  
di manifesto  
Versione n.3







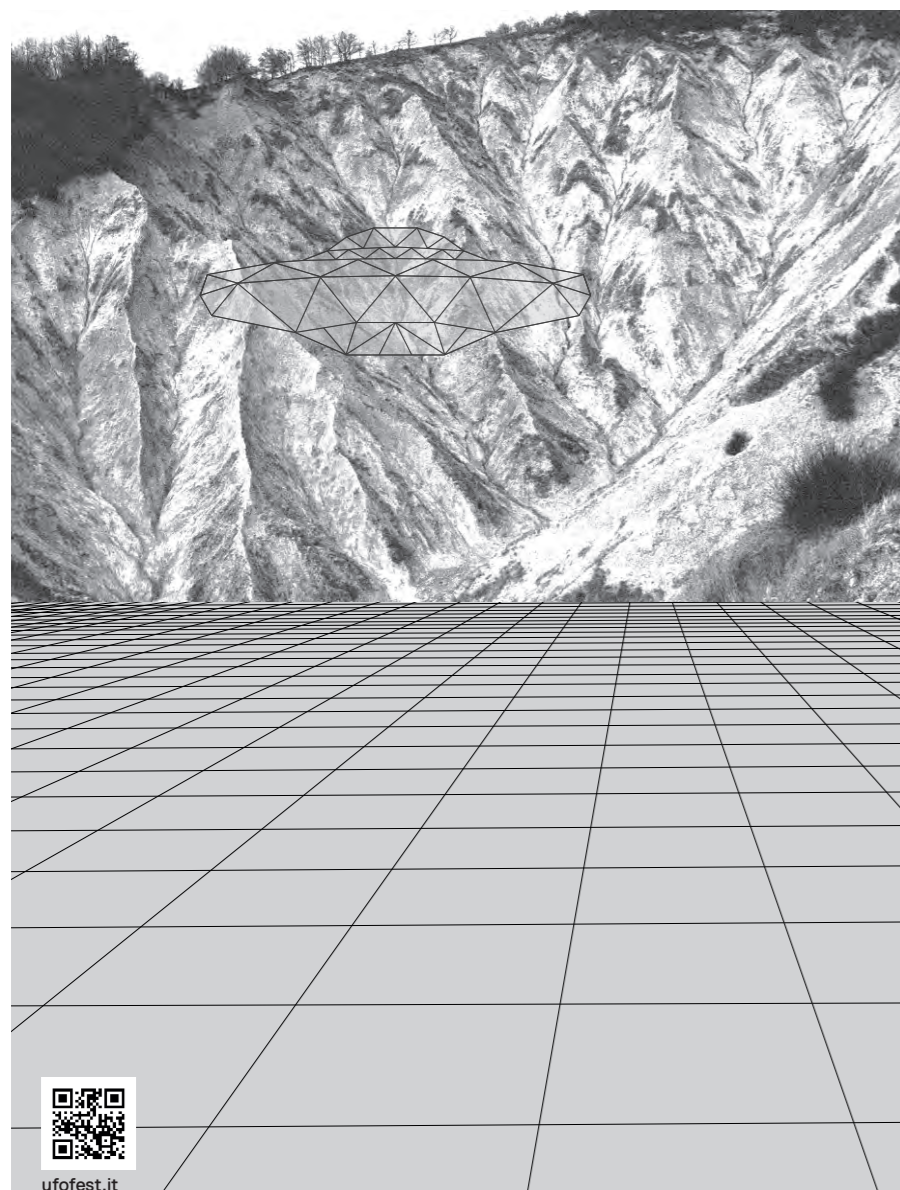
**Terza ipotesi  
di manifesto**

La terza ipotesi di manifesto vede nuovamente come protagonista la bidimensionalità ma c'è un ritorno ad una texture a triangoli in precedenza abbandonata e l'ambiente torna ad essere particolarmente neutro. Il logo si trova posizionato sempre al centro, e da esso parte un fascio di luce che riflette su una parte della texture di sfondo, a creare uno spazio di colore differente pensato per accogliere le informazioni relative al festival.

**Quarta ipotesi  
di manifesto**



Per quanto riguarda questa versione successiva, l'aspetto più rilevante del lavoro è la caratterizzazione territoriale su cui è impostata la grafica di sfondo. Si può notare sì il ritorno allo stile della prima ipotesi di manifesto ma con l'aggiunta di un ulteriore dettaglio che rendesse più credibile il concetto di base dell'intero progetto. L'accostamento dei triangoli nella parte alta, infatti, crea il profilo del Monte Ascensione, tipico della nostra zona. In questo modo l'utente riscontra un richiamo alla propria realtà e, grazie a questo inserimento, il messaggio da trasmettere diviene concettualmente più credibile.



La quinta versione del manifesto, quella definitiva, vede inserite delle modifiche evidenti allo sfondo seppure in linea con l'idea di base della versione precedente.

E' ugualmente presente, infatti, la caratterizzazione geografica costituita dal richiamo al Monte Ascensione sebbene in questo caso non si tratti più del profilo geometrizzato della montagna bensì di una foto dei tipici calanchi. Nella parte inferiore del manifesto troviamo una superficie costituita da una griglia prospettica, neutra anche nei colori. L'astronave si trova nuovamente posizionata all'interno della grafica, in trasparenza, questa volta decentrata, in modo tale da indirizzare l'utente nel suo intervento fisico sul manifesto.

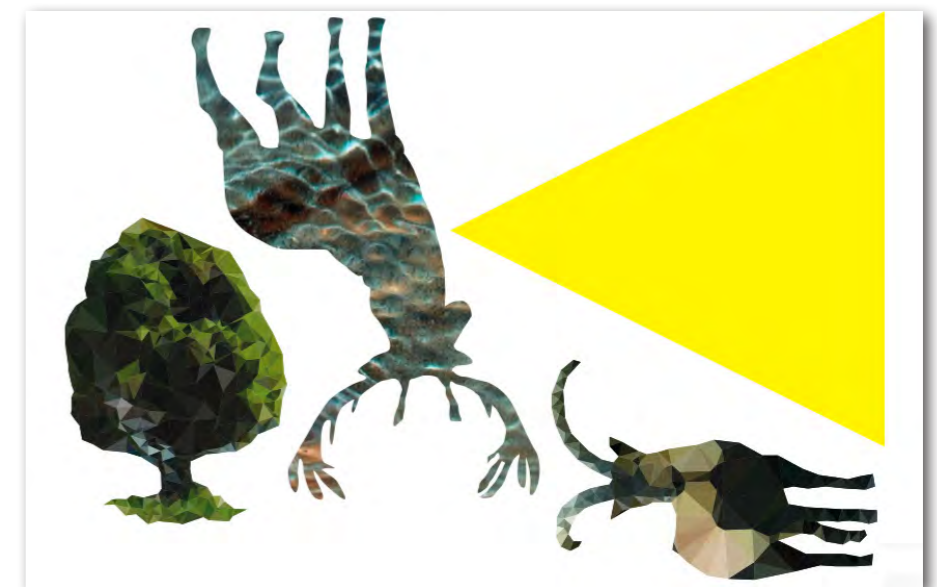
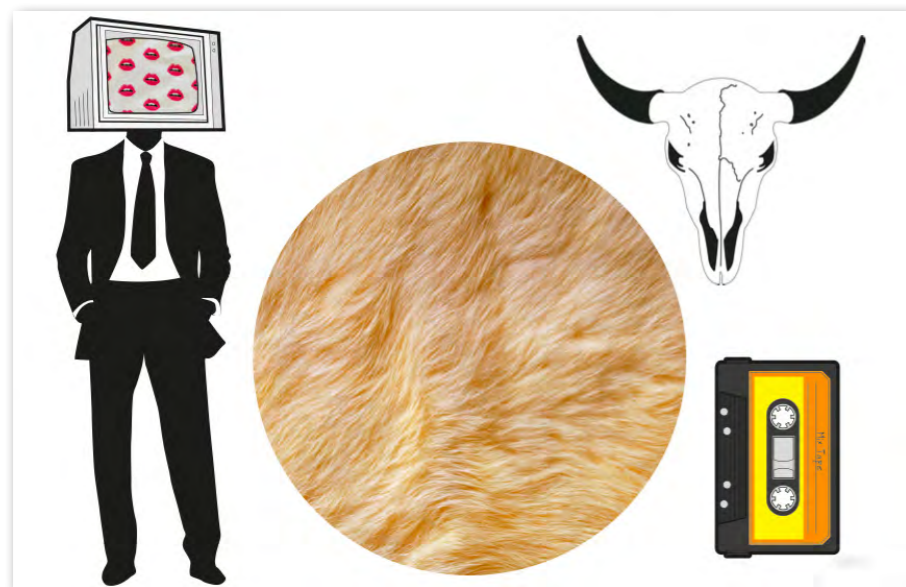
Si è pensato di non compromettere la neutralità del manifesto posizionando il nome dell'evento in un punto prestabilito ma di lasciare all'utente la possibilità di inserirlo, come adesivo, nel posto che preferisce, insieme ai restanti elementi del kit fornitogli.

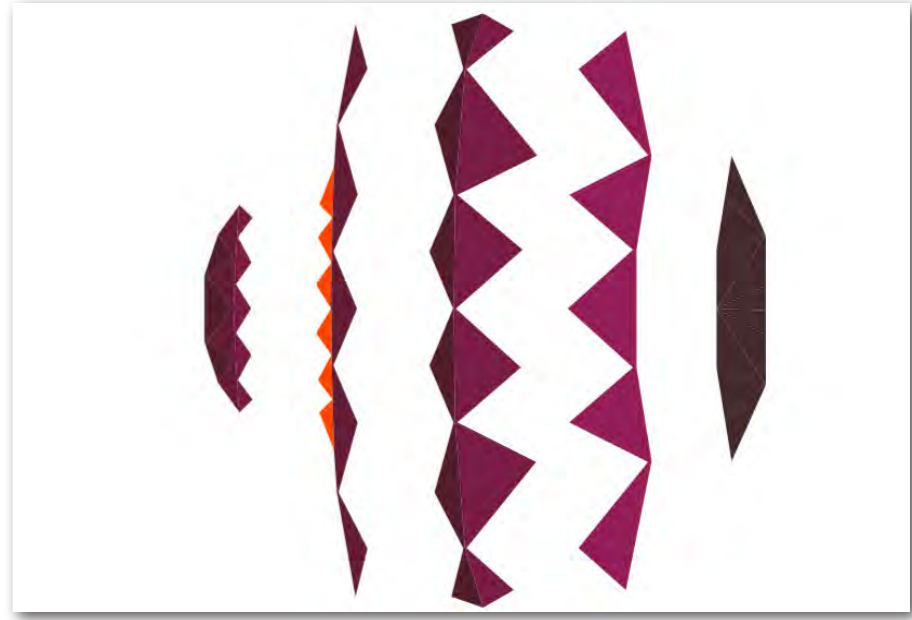
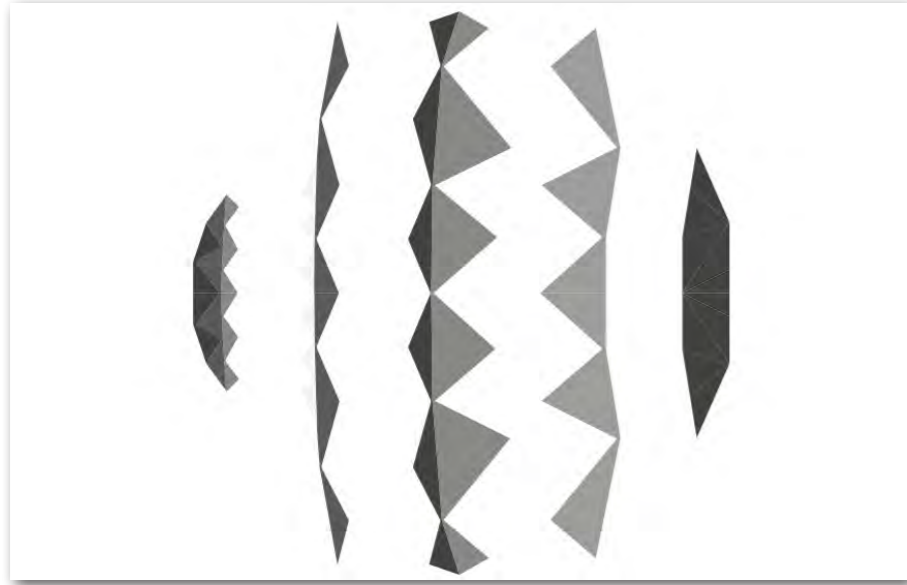
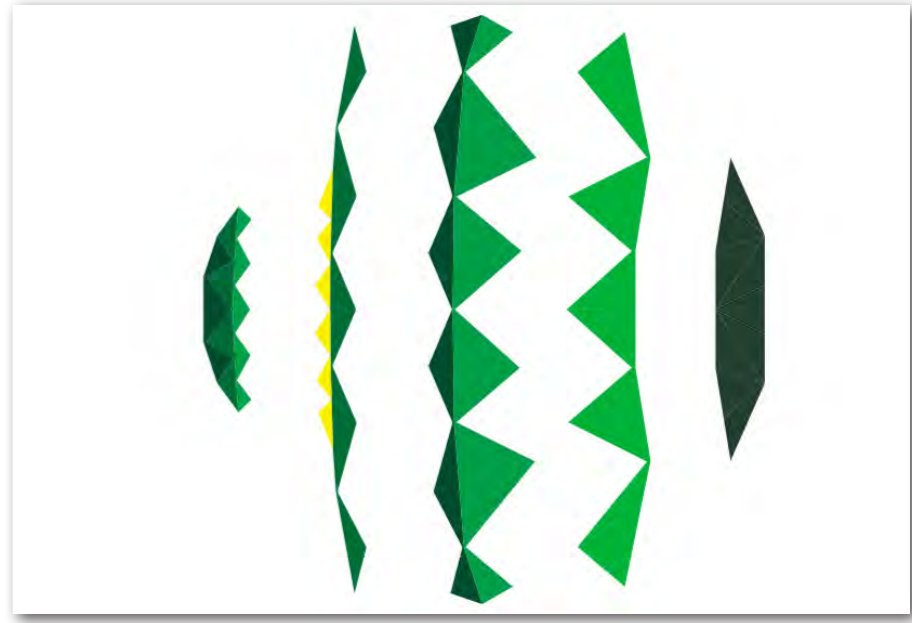
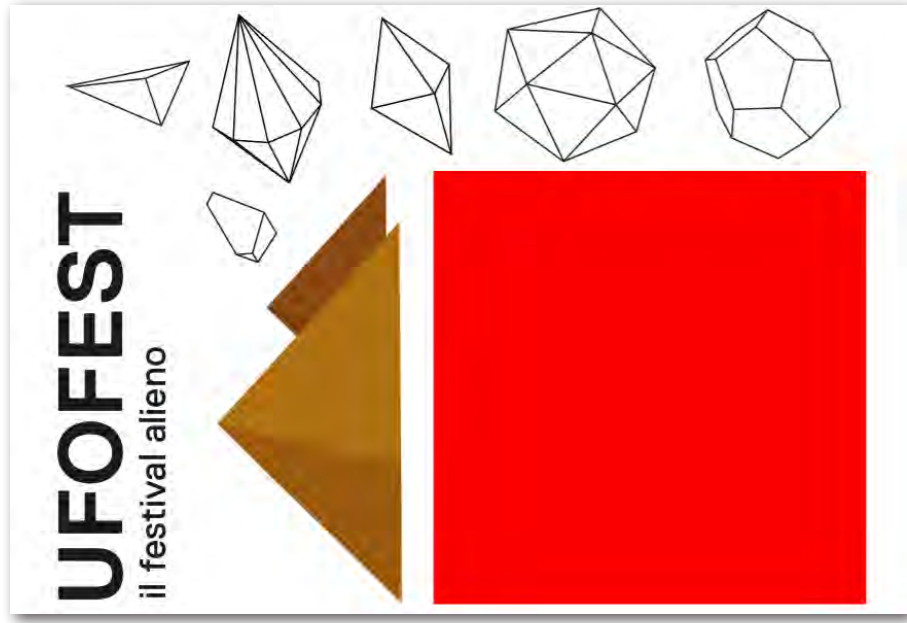
Dopo aver stabilito la versione definitiva del manifesto, il lavoro si è concentrato sull'ideazione del kit e degli adesivi contenuti al suo interno, attraverso il quale l'utente avrebbe interagito a creare parte della grafica dell'evento, personalizzandolo a proprio piacimento.

Il kit è stato realizzato tramite la tecnica dell'origami, quindi composto senza incollaggio, usando un foglio di partenza di dimensioni 56 x 60 cm per arrivare a realizzare, attraverso pochi passaggi, una sorta di cartellina che presenta due tasche interne contenenti 10 fogli adesivi in formato A5.

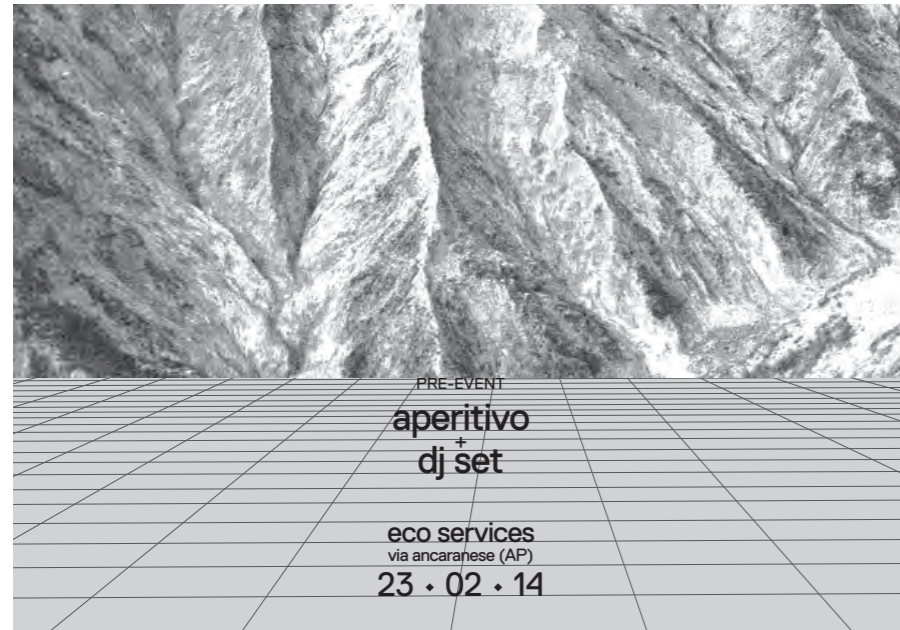


Per quanto riguarda gli adesivi, possono distinguersi in due categorie, separate anche all'interno del kit. Si tratta degli adesivi riguardanti il logo dell'evento, distribuiti nelle quattro varianti di colore e suddivisi a loro volta singolarmente in cinque parti. Questo per permettere di selezionare i vari pezzi dell'astronave in base al colore che si preferisce per poi riposizionarle in corrispondenza dello scheletro del logo posto sul manifesto. In questo modo all'utente è data la possibilità di personalizzare il logo e contribuire così a costituire l'identità dinamica di Ufofest. L'altra metà degli adesivi è costituita da una varietà di elementi realizzati attraverso tecniche diverse, raffiguranti animali, persone e oggetti più o meno inerenti all'ambito musicale, che nel complesso si equilibrano nel senso che il carattere più aggressivo di alcuni e quello più delicato di altri crea una sorta di bilanciamento e compensazione nella totalità degli elementi.





Per permettere all'utenza di intervenire nell'operazione progettuale e di personalizzare i manifesti a proprio piacimento, si è pensato di organizzare realmente un pre-evento consistente in un aperitivo con djset presso Eco Services, un locale della zona, allestito per l'occasione a creare un ambiente piacevole che permettesse alle persone di partecipare alla creazione della grafica dell'evento, accompagnati da un bicchiere di vino e da buona musica di sottofondo.



Flyer per il pre-evento

Sono stati realizzati in totale sei manifesti differenti, a cui hanno lavorato gruppi di due o di tre persone per ognuno. Il riscontro dell'utenza è stato positivo al lavoro propostogli, trovando l'operazione divertente e interagendo molto intuitivamente con i mezzi a loro disposizione.

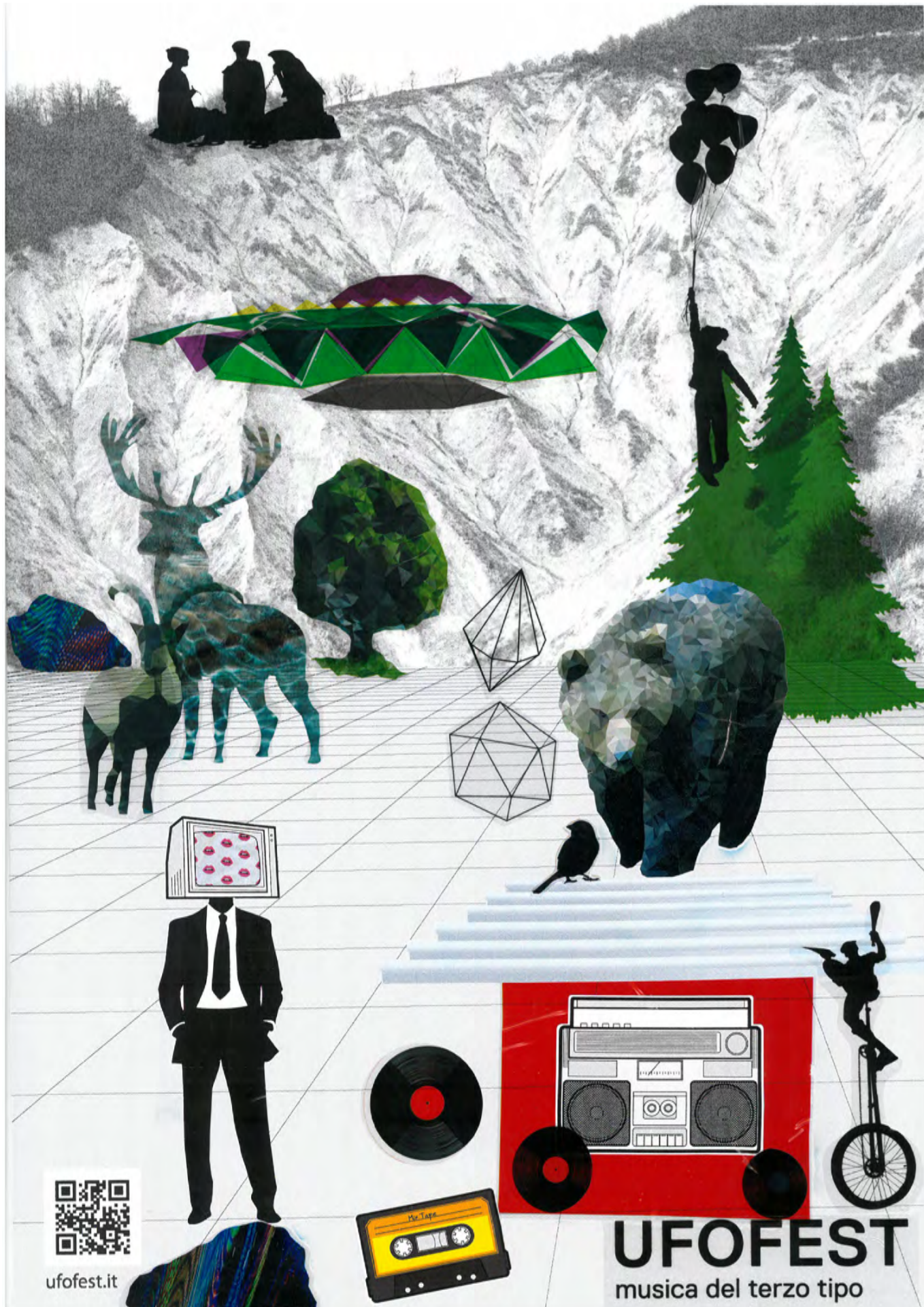


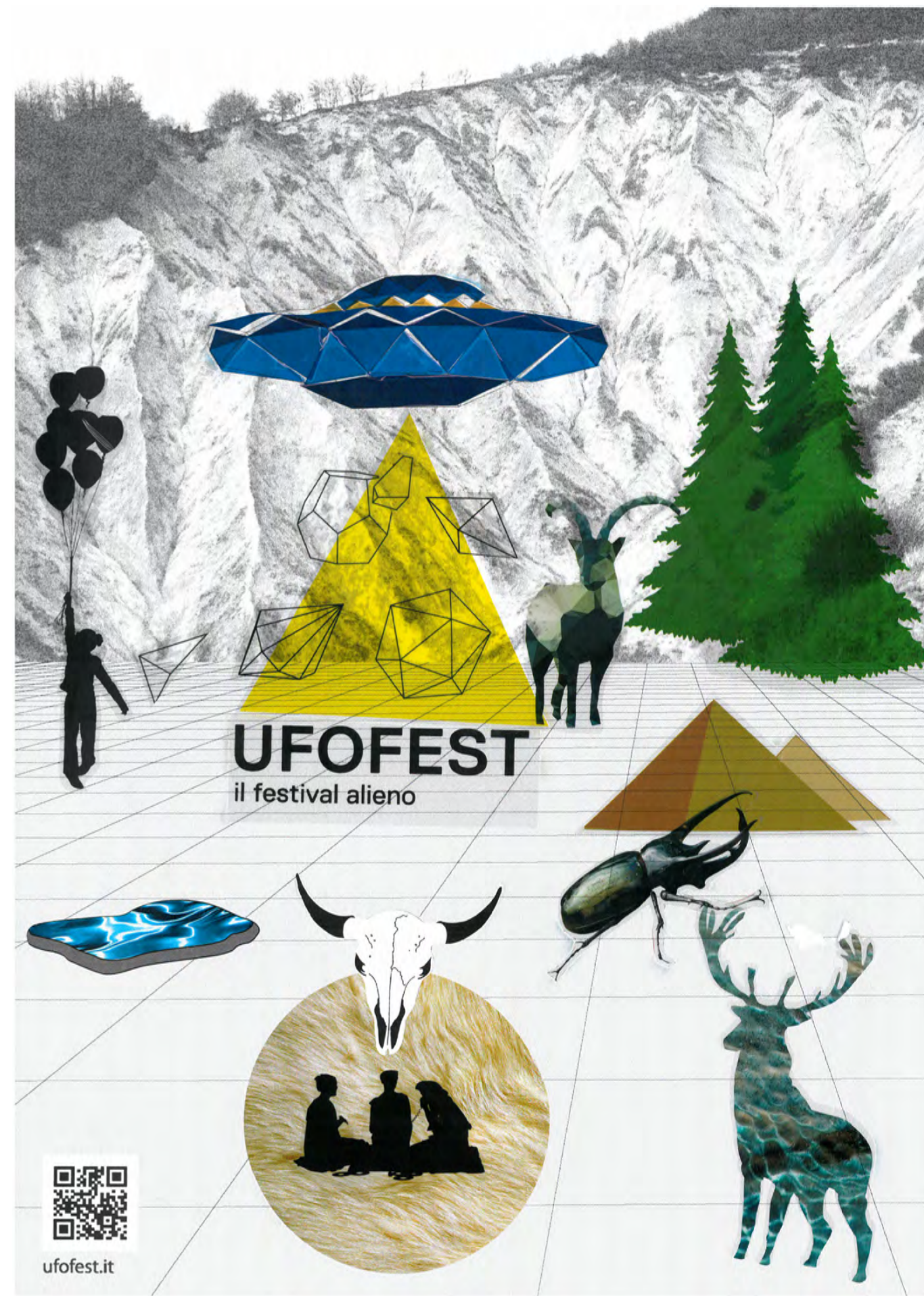


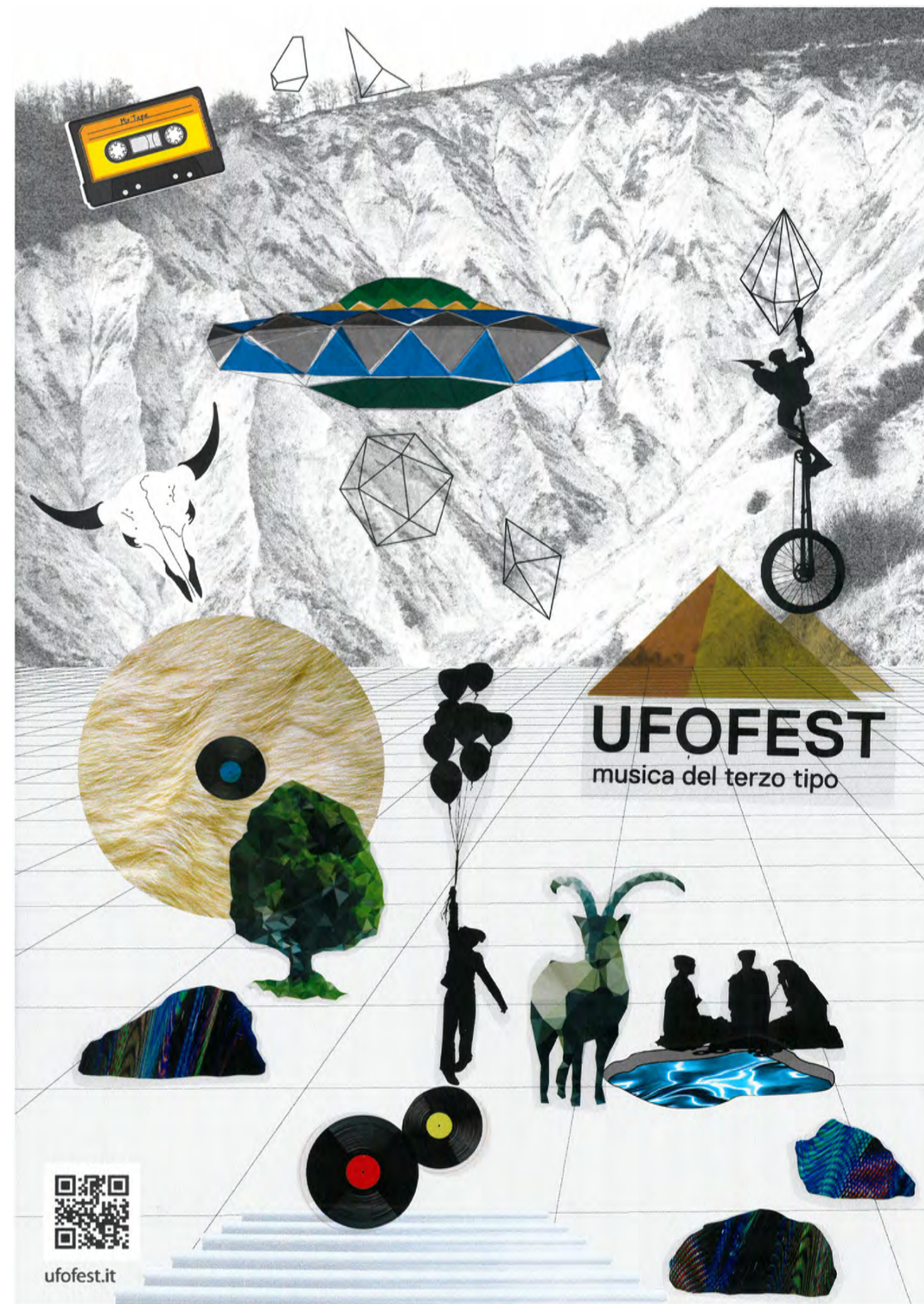


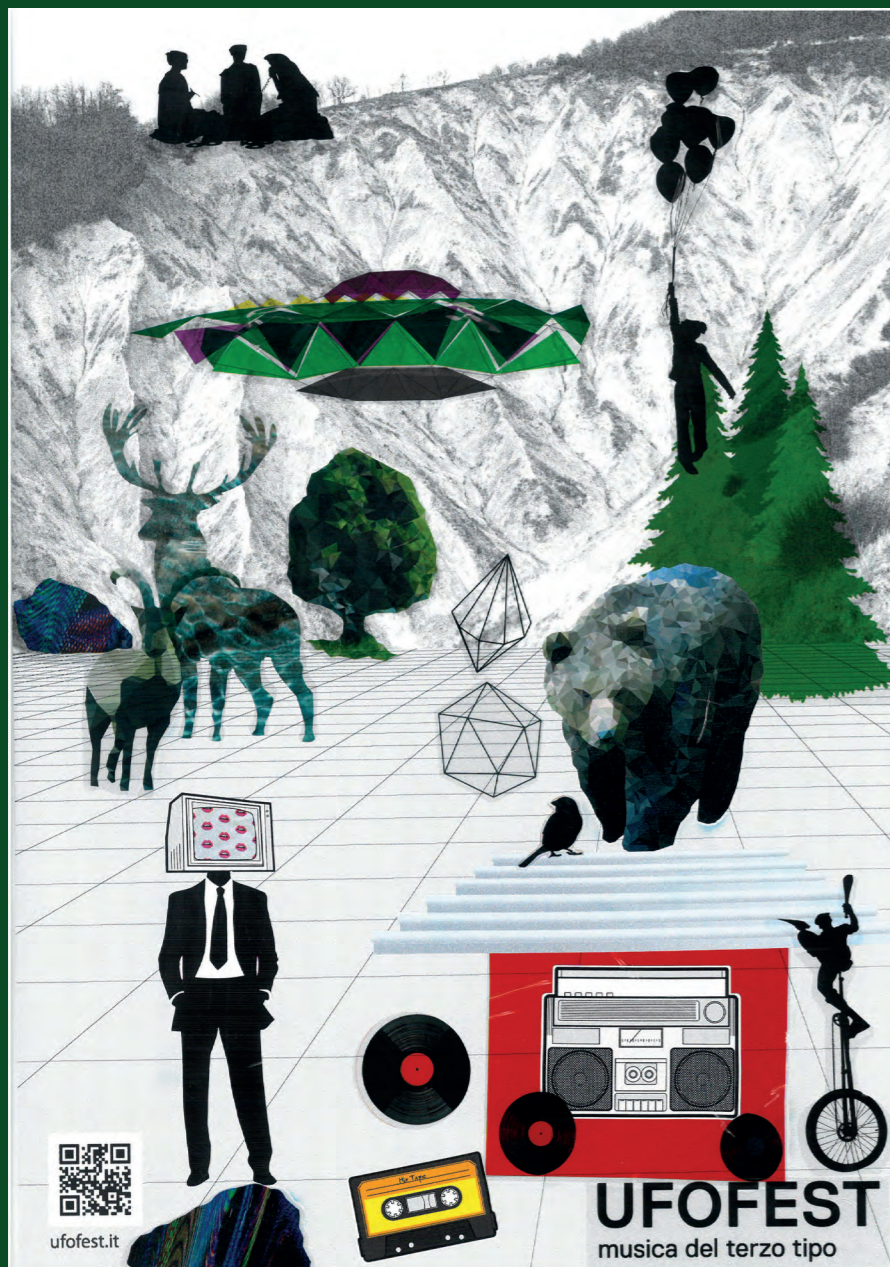










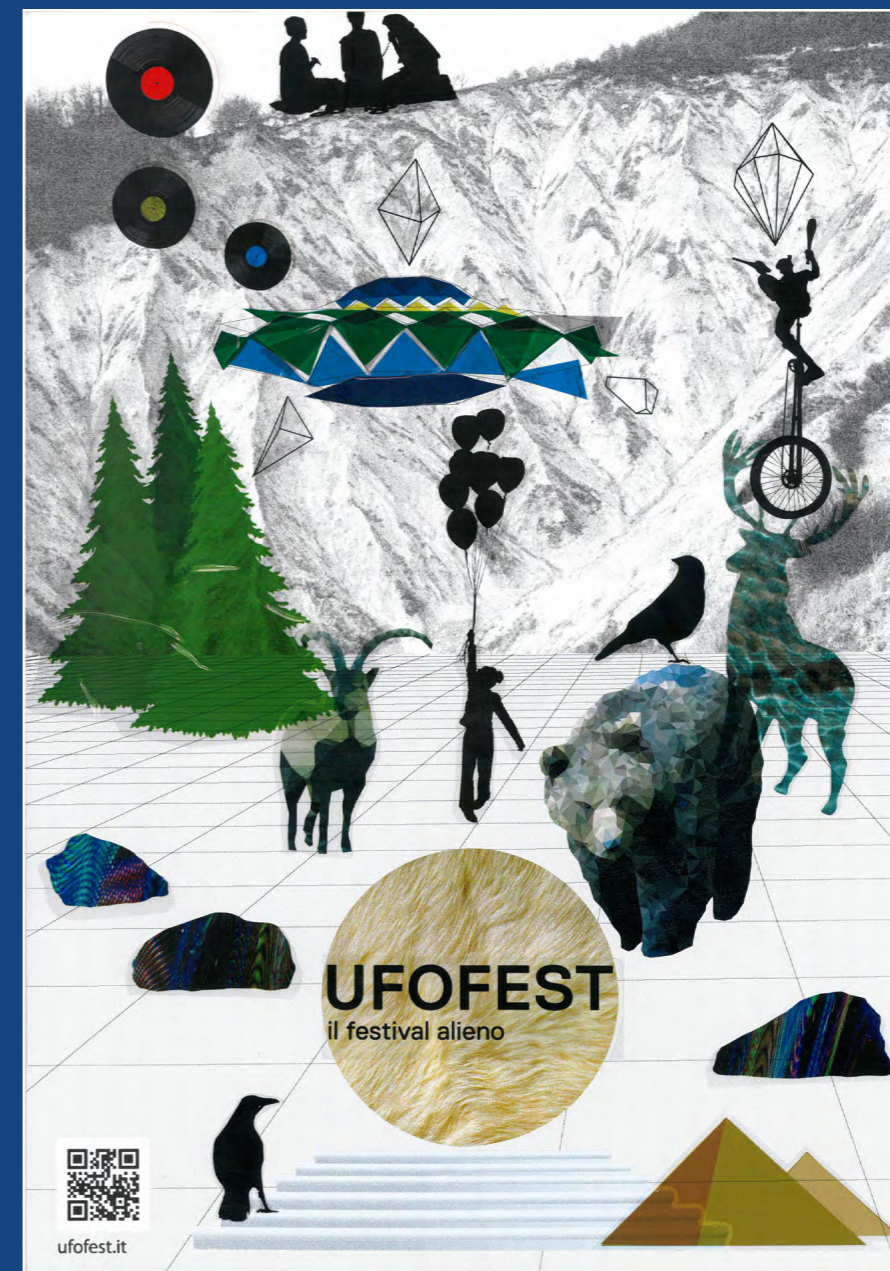


# UFOFEST

SABATO 17 MAGGIO  
**MOUNT KIMBIE** •  
**BREKBOT** •  
**DISCLOSURE** •  
**XXYYXX** •  
**TIGA** •  
**SEBASTIEN TELLIER** •  
**TORO Y MOI** •  
**BONOBO** •  
**VITALIC**

DOMENICA 18 MAGGIO  
**MR. OIZO** •  
**SHLOHMO** •  
**CHROMEO** •  
**FOUR TET** •  
**CORNELIUS** •  
**RATATAT** •  
**ST. VINCENT** •  
**ISAN** •  
**HYETAL**

**17 - 18 MAGGIO 2014**  
**FORTE MALATESTA (AP)**



# UFOFEST

SABATO 17 MAGGIO  
**MOUNT KIMBIE** •  
**BREKBOT** •  
**DISCLOSURE** •  
**XXYYXX** •  
**TIGA** •  
**SEBASTIEN TELLIER** •  
**TORO Y MOI** •  
**BONOBO** •  
**VITALIC**

DOMENICA 18 MAGGIO  
**MR. OIZO** •  
**SHLOHMO** •  
**CHROMEO** •  
**FOUR TET** •  
**CORNELIUS** •  
**RATATAT** •  
**ST. VINCENT** •  
**ISAN** •  
**HYETAL**

**17 - 18 MAGGIO 2014**  
**FORTE MALATESTA (AP)**



# UFOFEST

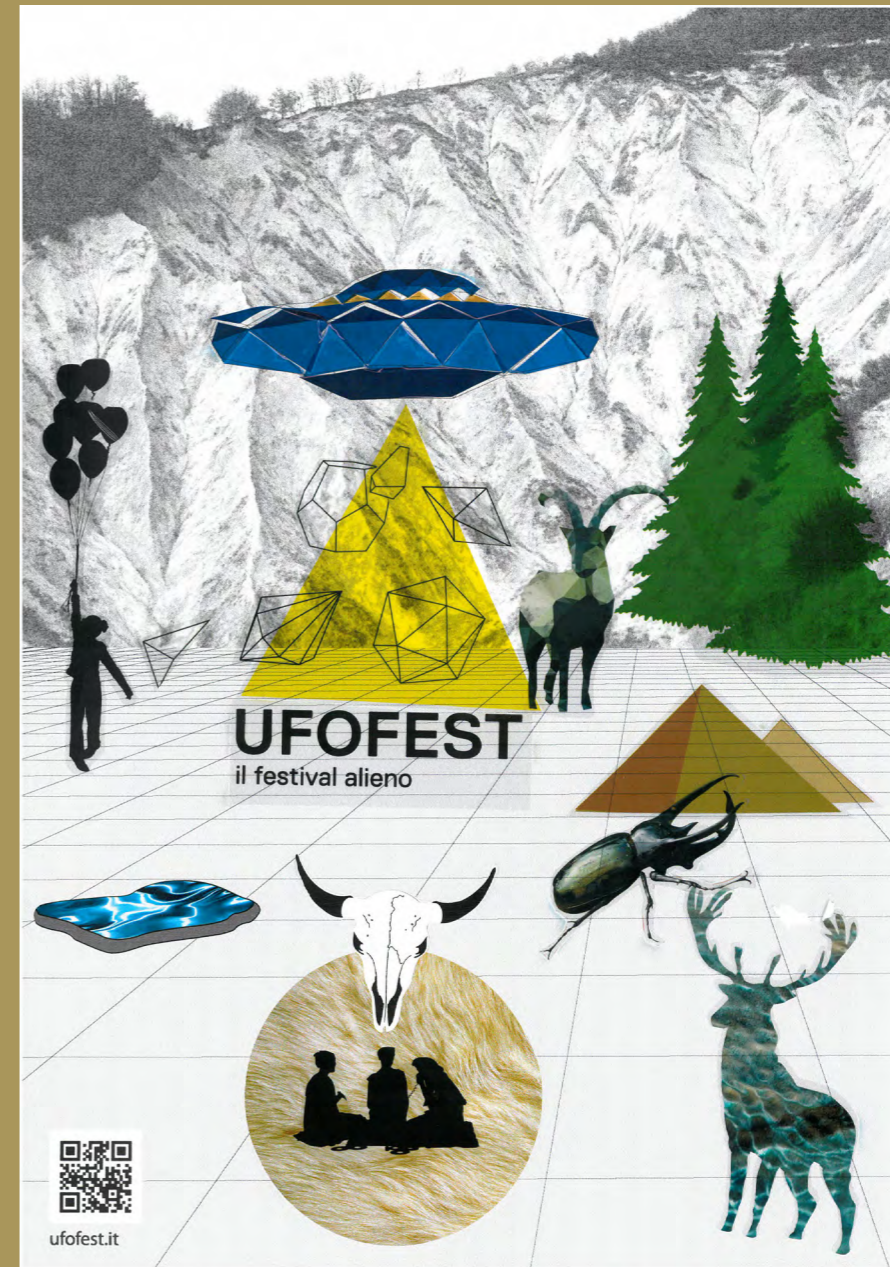
SABATO 17 MAGGIO  
**MOUNT KIMBIE** ◊  
**BREAKBOT** ◊  
**DISCLOSURE** ◊  
**XXYYXX** ◊  
**TIGA** ◊  
**SEBASTIEN TELLIER** ◊  
**TORO Y MOI** ◊  
**BONOBO** ◊  
**VITALIC**

DOMENICA 18 MAGGIO  
**MR. OIZO** ◊  
**SHLOHMO** ◊  
**CHROME0** ◊  
**FOUR TET** ◊  
**CORNELIUS** ◊  
**RATATAT** ◊  
**ST. VINCENT** ◊  
**ISAN** ◊  
**HYETAL**

**17 - 18 MAGGIO 2014**  
**FORTE MALATESTA (AP)**



ufofest.it



# UFOFEST

SABATO 17 MAGGIO  
**MOUNT KIMBIE** ◊  
**BREAKBOT** ◊  
**DISCLOSURE** ◊  
**XXYYXX** ◊  
**TIGA** ◊  
**SEBASTIEN TELLIER** ◊  
**TORO Y MOI** ◊  
**BONOBO** ◊  
**VITALIC**

DOMENICA 18 MAGGIO  
**MR. OIZO** ◊  
**SHLOHMO** ◊  
**CHROME0** ◊  
**FOUR TET** ◊  
**CORNELIUS** ◊  
**RATATAT** ◊  
**ST. VINCENT** ◊  
**ISAN** ◊  
**HYETAL**

**17 - 18 MAGGIO 2014**  
**FORTE MALATESTA (AP)**



ufofest.it



# UFOFEST

SABATO 17 MAGGIO  
**MOUNT KIMBIE** •  
**BREKKBOT** •  
**DISCLOSURE** •  
**XXYYXX** •  
**TIGA** •  
**SEBASTIEN TELLIER** •  
**TORO Y MOI** •  
**BONOBO** •  
**VITALIC**

DOMENICA 18 MAGGIO  
**MR. OIZO** •  
**SHLOHMO** •  
**CHROMEO** •  
**FOUR TET** •  
**CORNELIUS** •  
**RATATAT** •  
**ST. VINCENT** •  
**ISAN** •  
**HYETAL**

**17 - 18 MAGGIO 2014**  
**FORTE MALATESTA (AP)**



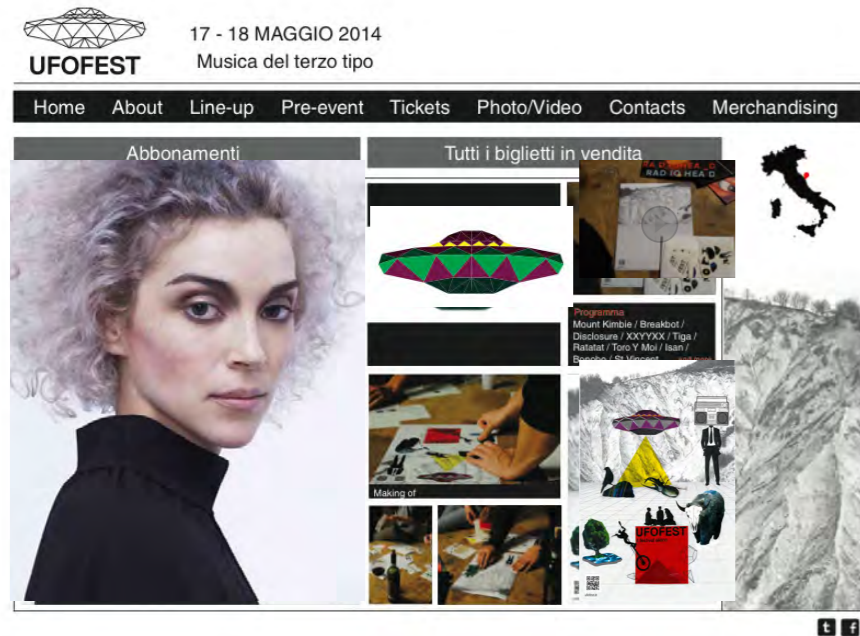
# UFOFEST

SABATO 17 MAGGIO  
**MOUNT KIMBIE** •  
**BREKKBOT** •  
**DISCLOSURE** •  
**XXYYXX** •  
**TIGA** •  
**SEBASTIEN TELLIER** •  
**TORO Y MOI** •  
**BONOBO** •  
**VITALIC**

DOMENICA 18 MAGGIO  
**MR. OIZO** •  
**SHLOHMO** •  
**CHROMEO** •  
**FOUR TET** •  
**CORNELIUS** •  
**RATATAT** •  
**ST. VINCENT** •  
**ISAN** •  
**HYETAL**

**17 - 18 MAGGIO 2014**  
**FORTE MALATESTA (AP)**

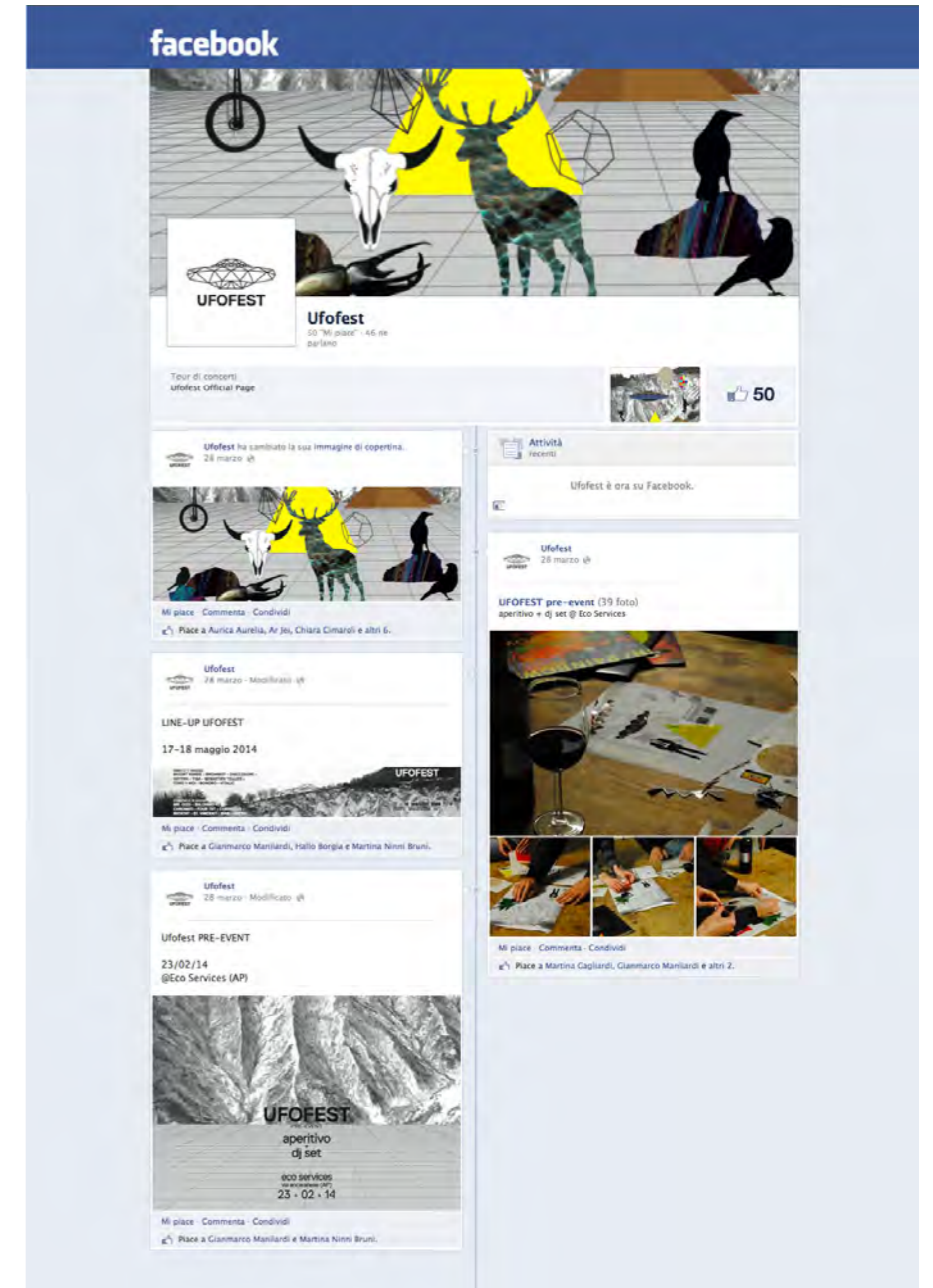
In aggiunta alle tipologie di comunicazione dell'evento appena illustrate, sono stati inseriti anche un sito internet - [www.ufofest.it](http://www.ufofest.it) - e una pagina facebook. Per quanto riguarda l'identità dinamica del festival, è stata curata e sviluppata anche attraverso altri elementi, quali un soundwall da affiggere nei pressi del palco del festival, i cartellini e le magliette riservate allo staff dell'evento, delle spille in 10 versioni differenti da distribuire come gadget e una serie di nuovi adesivi scaturiti dagli accostamenti venuti fuori dai manifesti del pre-evento.

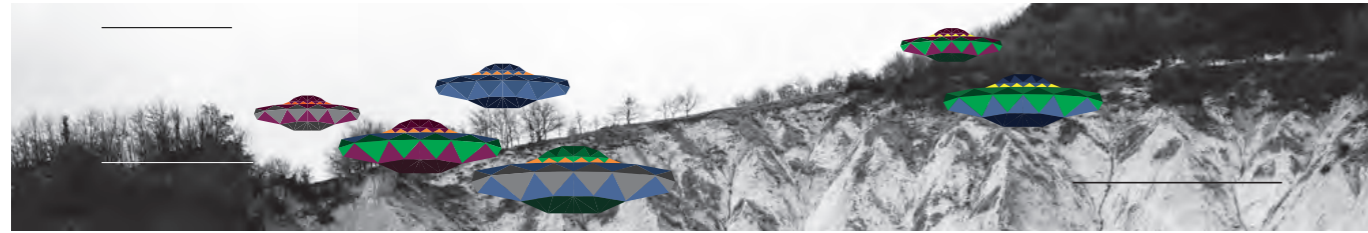
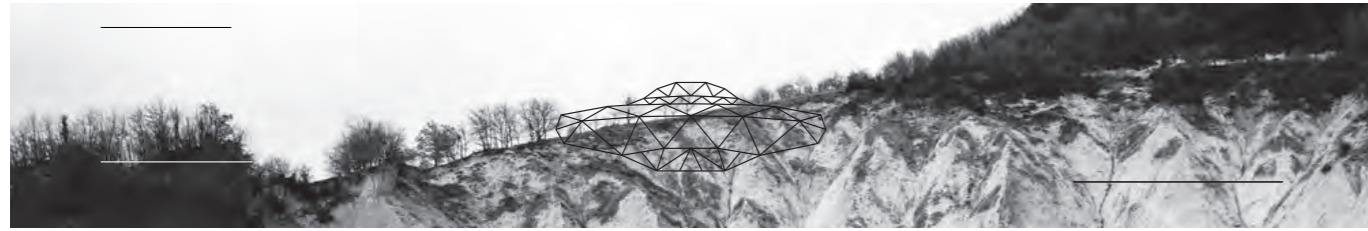


Sito internet  
[www.ufofest.it](http://www.ufofest.it)

Il sito internet presenta un'interfaccia molto semplice, costituita da una barra del menu nella parte superiore e una rispettiva struttura suddivisa in sezioni nella parte inferiore, le quali rimandano a determinate informazioni sull'evento. La parte sinistra è dedicata a una panoramica fotografica degli artisti partecipanti mentre la parte destra, più articolata, fornisce informazioni sulla line-up e soprattutto su quello che è stato il processo di realizzazione della grafica dell'evento. Vi è infatti una sezione dedicata all'identità dinamica del logo Ufofest, che tramite un'animazione si mostra in tutte le sue varianti; una sezione dedicata al videoclip promozionale dell'evento, in alto a destra, attraverso la quale è possibile vedere il teaser; una sezione, subito sotto, in cui è possibile consultare la lista completa degli artisti; una sezione in basso a destra in cui a scorrimento si succedono i sei manifesti realizzati dagli utenti; una sezione, sulla sinistra, riguardante la documentazione fotografica dell'interazione tra l'utente e i manifesti.

Pagina facebook  
Ufofest





Cartellini staff  
Ufofest



Soundwall  
Ufofest



T-shirt staff  
Ufofest





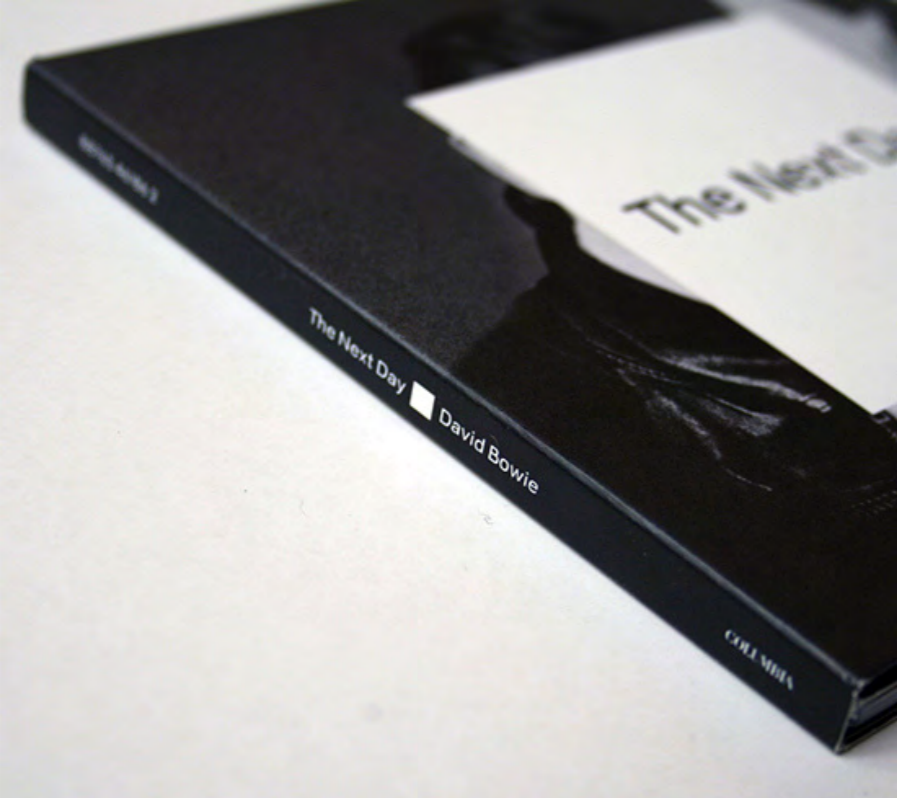
< Spille Ufofest



Adesivi logotipo >



Ispirazioni



< Jonathan Barnbrook  
Grafica The Next Day  
David Bowie  
2013

Studio di architettura  
Superstudio  
Vita (Supersuperficie)  
1971 >



Studio di architettura  
Superstudio  
The Happy Island  
(Supersurface)  
1971 >

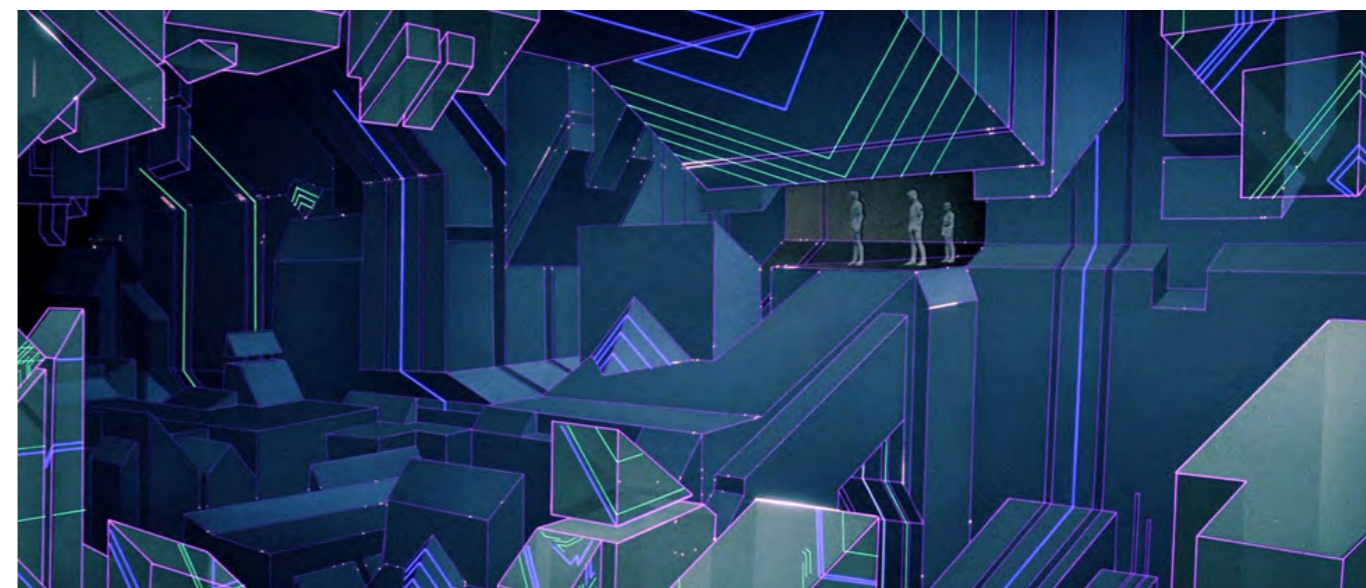
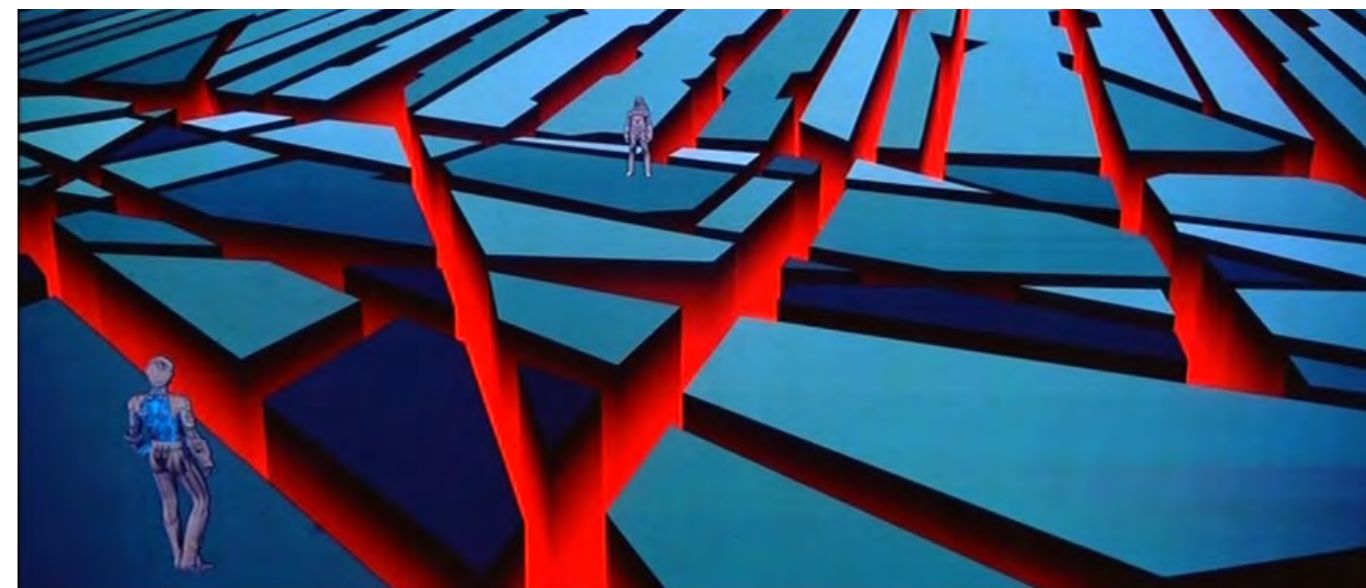


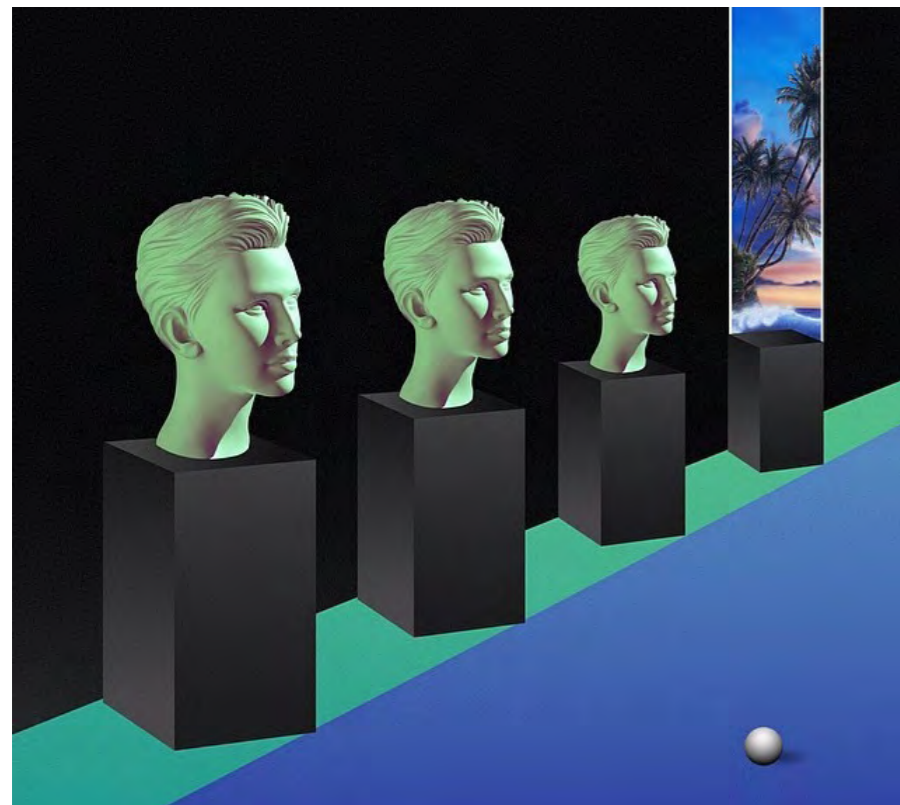


< Mario Hugo  
Illustratore



Film Tron  
1982 >





Jimmy Edgar  
polistrumentista,  
fotografo di moda e grafico



## Relational Design

Il termine Relational Design racchiude il senso di un approccio diverso al progetto, che vede al centro della sua concezione quattro punti cardine:

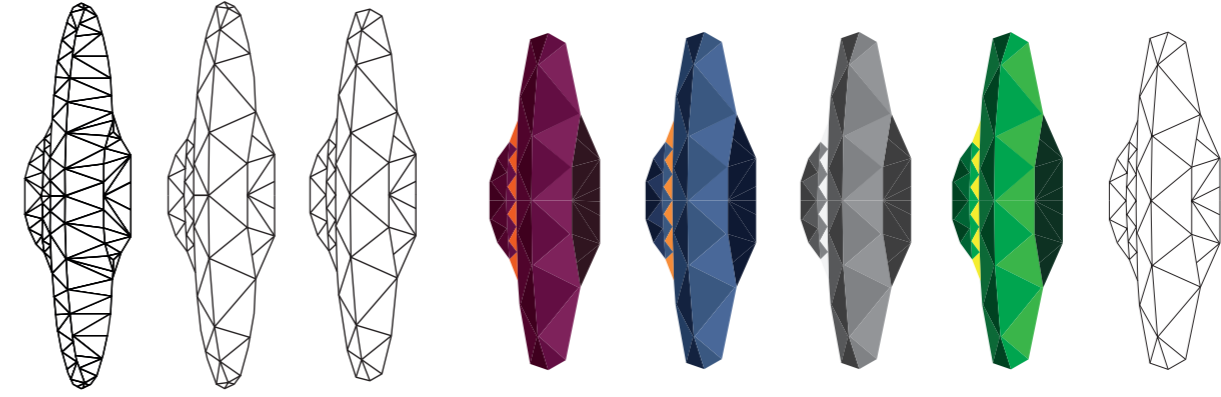
- **processo**, che non è altro che il prodotto stesso, i cui fattori più importanti sono il tempo, le relazioni e il cambiamento
- **logica**, fondamentale per progettare le condizioni attraverso le quali il processo può avvenire
- **regole**, intese come vincoli, al fine di evitare la casualità arbitraria ed incanalare il processo entro dei limiti
- **input** provenienti dalla natura, dalla società e dalle interazioni umane, che attivano e influenzano il processo



Behind the glass  
John Morgan  
Studio  
2004



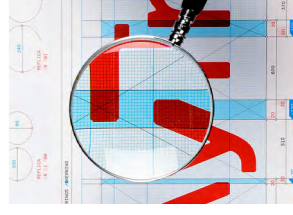
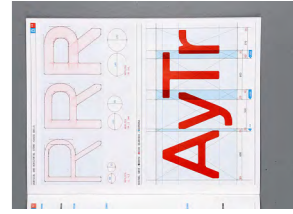
Voices of White City  
John Morgan Studio  
2003



Logo modificato n.1

Logo modificato n.2

Divisione del logo in edisivi separati



## Riconoscibilità totale della forma

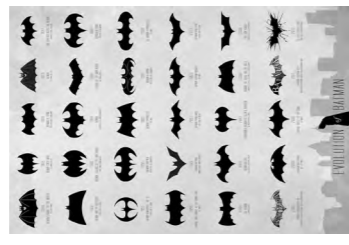


Opera Ballet Theatre  
New Museum of Contemporary Art  
NY

## Riconoscibilità dell'aspetto tipografico

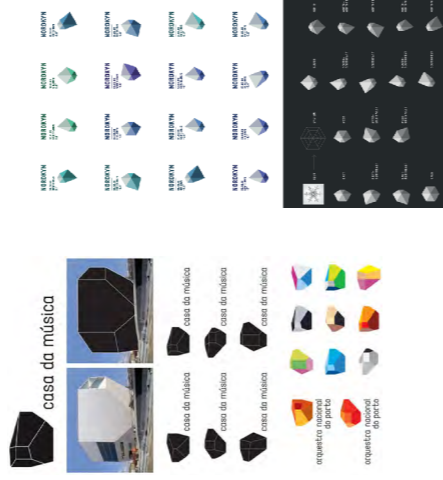


## Riconoscibilità del colore



Quebec City Summer Arts Fest  
Adobe CS6

## Riconoscibilità della modulazione

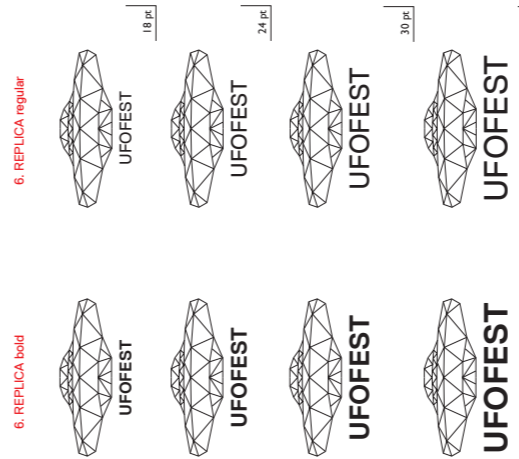
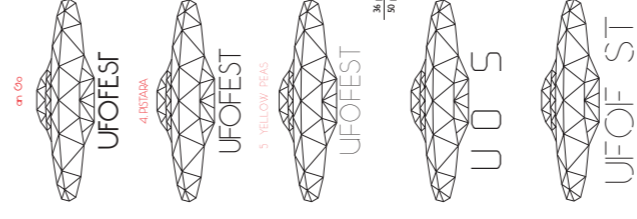
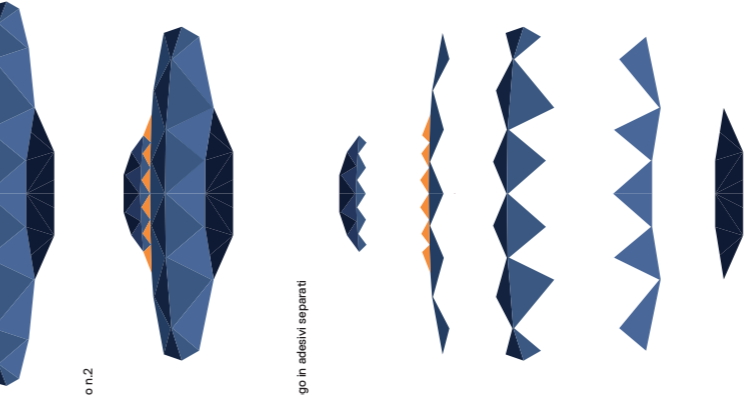


## Identità dinamica

Il concetto che è alla base delle identità dinamiche consiste nella combinazione di due componenti:

- **costanza**
- **variabilità**

Creando un equilibrio dinamico tra questi due fattori si generano una serie di nuovi segni che permettono di affrontare diverse situazioni, lasciando la possibilità all'identità stessa di evolvere nel tempo esaltandone la riconoscibilità e anziché compromettendola, e permettendole di adattarsi elasticamente ai vari contesti visivi.







17 - 18 MAGGIO 2014  
Musica del terzo tipo

Home About Line-up Pre-event Tickets Photo/Video Contacts Merchandising

Abbonamenti

Tutti i biglietti in vendita



**Line-up**

**Line-up**  
 Mountain Klubb / Besabod /  
 Diodorane / XXXYXX / Toga /  
 Raatara / Toru Y Moai / Iana /  
 Boroboro / SS Vinsent

**Line-up**  
 17-18 maggio 2014

**Line-up**  
 17-18 maggio 2014

**Line-up**  
 17-18 maggio 2014

**Line-up**  
 17-18 maggio 2014

E F

facebook

