

REPORT  
TENDENZE GRAFICHE  
2011\_2012  
GUIDA VISIVA

# REPORT TENDENZE GRAFICHE 2011\_2012 GUIDA VISIVA

## DISCLAIMER

Questa ricerca viene divulgata con licenza **Creative Commons**,  cioè può essere pubblicata e scambiata a fini conoscitivi e non commerciali e sempre citando la fonte, cioè mettendo link al sito web di **a-tpc**. [www.a-tpc.com](http://www.a-tpc.com)

Le immagini riportate sono tutte schedate nella sezione RIFERIMENTI col nome dell'opera o dell'autore e sono tutte reperibili in rete. Se per qualsiasi ragione l'autore riconoscesse un errore nel riferimento alla sua opera o volesse impedirne la pubblicazione può contattarci e correggeremo immediatamente.

La ricerca non ha fini esaustivi ed è una ricerca generalista, un inizio di indagine da cui partire per un'analisi più mirata, per settore merceologico, benchmark, tipologia editoriale ecc.

Prendetelo come uno stimolo e anche come un nostro biglietto da visita, per farci conoscere e ricevere feedback, confrontarci con altri punti di vista e testare le opportunità create dalla condivisione.

## CHI SIAMO

**a-tpc** è un'associazione di esperti della comunicazione, l'unione di professionalità diverse e complementari che affrontano ogni problematica insieme e con la sinergia delle loro competenze.

Dal logo e immagine coordinata al food packaging, dal web al product design, dall'illustrazione allo studio tendenze il nostro range d'azione è ampio e collaudato dalle molte collaborazioni sostenute sino ad oggi.

## COSA CI PIACE FARE

Le nostre ricerche rivelano in anteprima le più interessanti tendenze di gusto e costume, sappiamo interpretare i segnali deboli per guidare un'azienda nella giungla del contemporaneo alla ricerca dello stile e del messaggio più consono a valorizzare il suo prodotto.

Ci rivolgiamo in particolare ai settori della moda, dell'arredo, del design, della comunicazione, per offrire soluzioni sorprendenti, innovative, inaspettate. E in anticipo sugli altri.

# 1. BOLD NEW WORLD



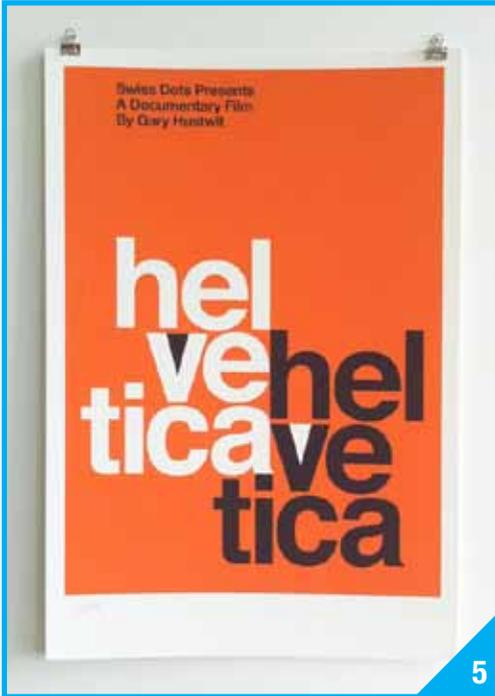
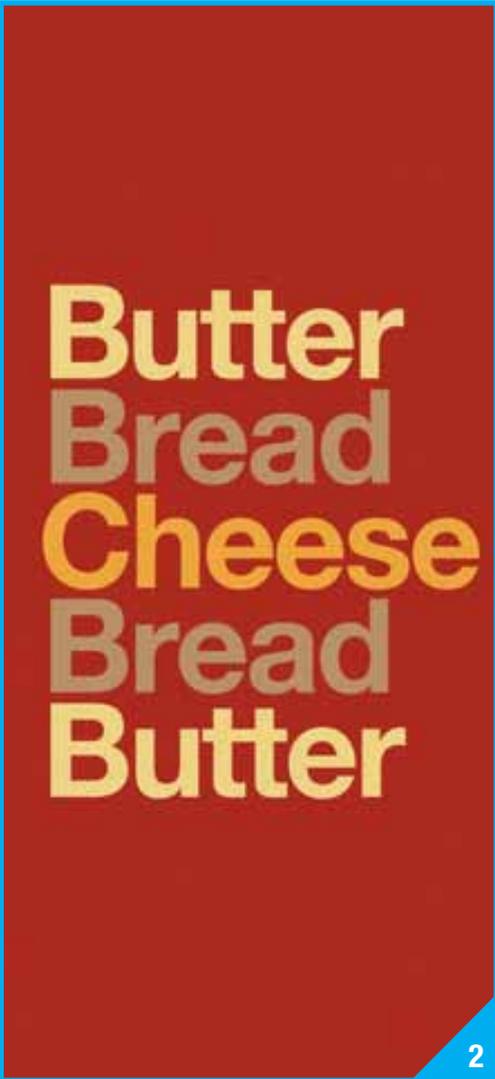
Il nuovo minimalismo è **bold**, il carattere preferito **Helvetica**, a cui è stato addirittura dedicato un documentario qualche anno fa.

La semplicità diventa il nuovo statement e si va dritti al cuore della comunicazione. Il testo diventa illustrazione concettuale e l'illustrazione sintetizza più concetti senza l'ausilio del testo.

E' lo stile che nei layout sia editoriali che web sta progressivamente sostituendo lo stile 2.0, quello tutto friendly fatto di bottoni arrotondati con ombre e spessori.

Lo stile contemporaneo si risolve con blocchi di colore piatto e titolazione con corpi massicci, possibilmente articolati in griglie rigorose, con ampi spazi vuoti che riequilibrano il peso del lettering.

Onnipresente nella comunicazione che riguarda design e architettura, sta conquistando via via anche il settore della moda e dei beni di lusso.



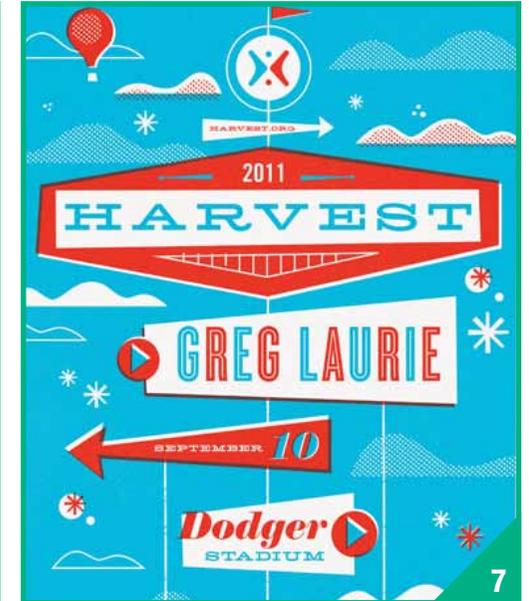
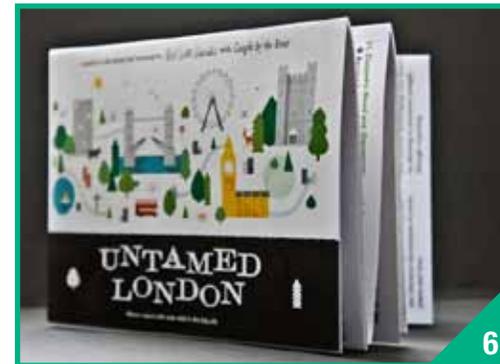
## 2. VINTAGER

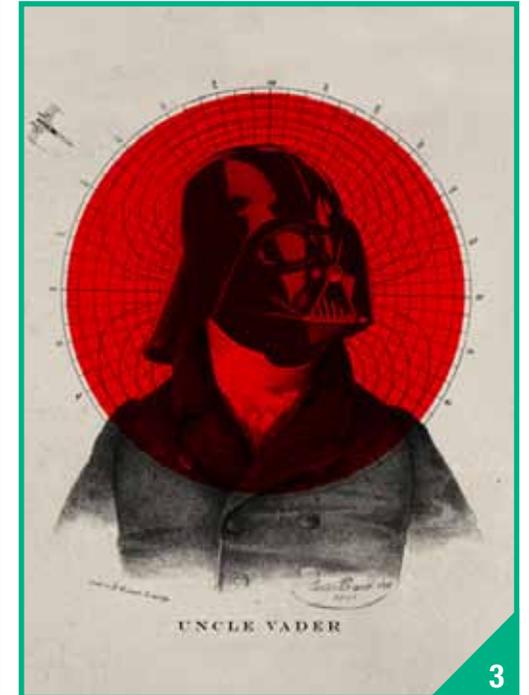


Dagli anni 90' ad oggi il vintage è uno stile che ci accompagna sottotraccia senza soluzione di continuità.

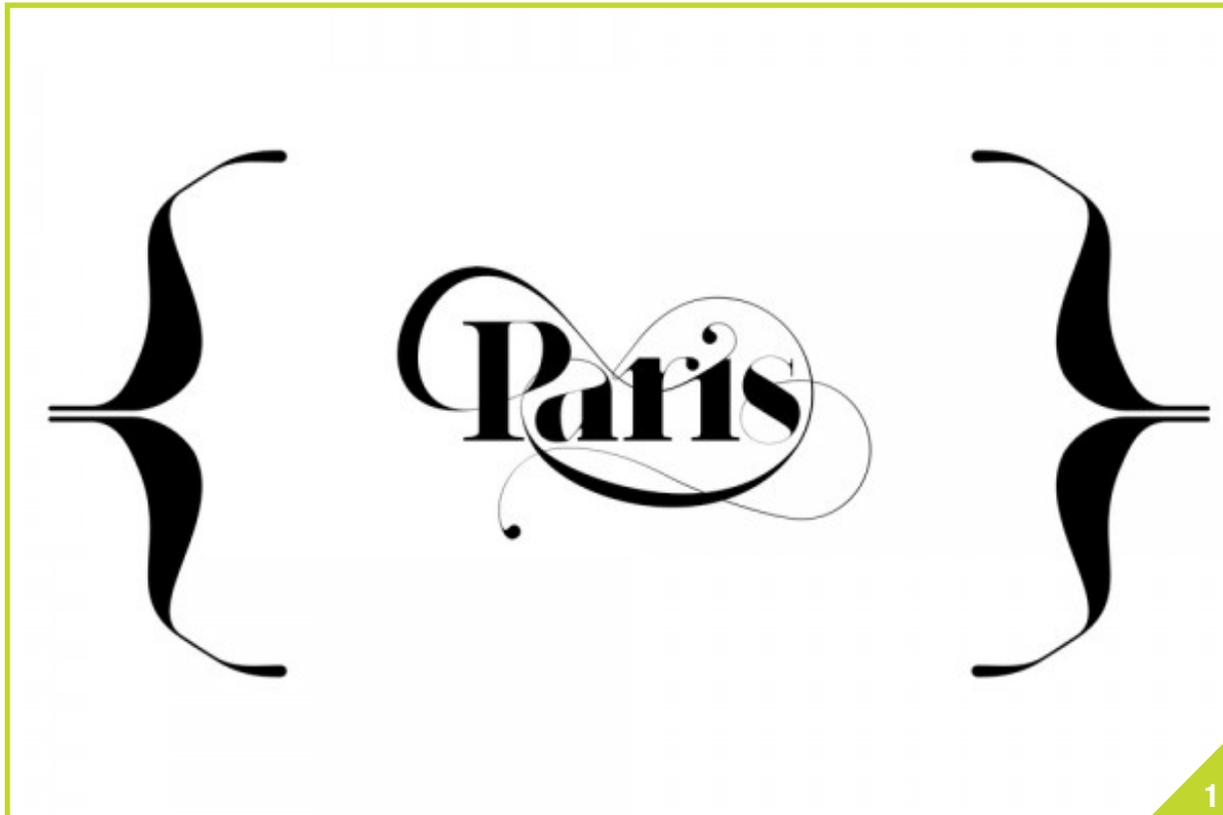
Vi ricordate la grafica retrò e la musica Lounge? Si può dire che non è mai stata abbandonata completamente, solo che ora i viaggi temporali dei grafici di punta spaziano dalle citazioni di **Saul Bass**, riportate in auge dal successo planetario di **Mad men**, a spunti Bauhaus e Deco, fino a citazioni **Vittoriane** sheckerate con la fantascienza, gusto molto vicino al movimento **Steam punk**.

Più adatto all'illustrazione e al packaging di prodotti culturali ma si può riscontrare sia in prodotti editoriali che, in misura minore, nei layout web.





# 3. FASHIONGRAPHY

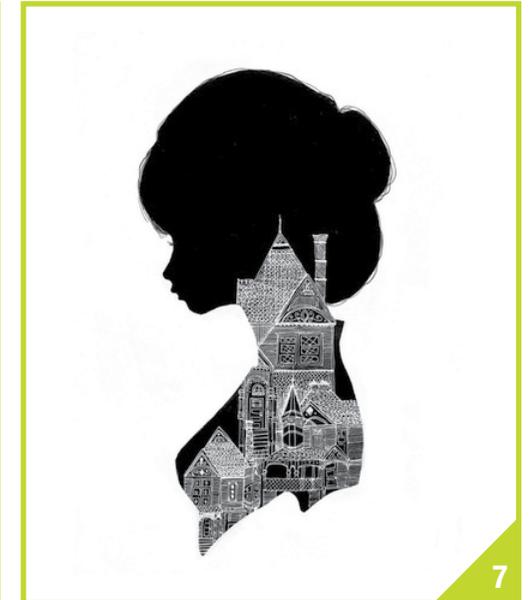


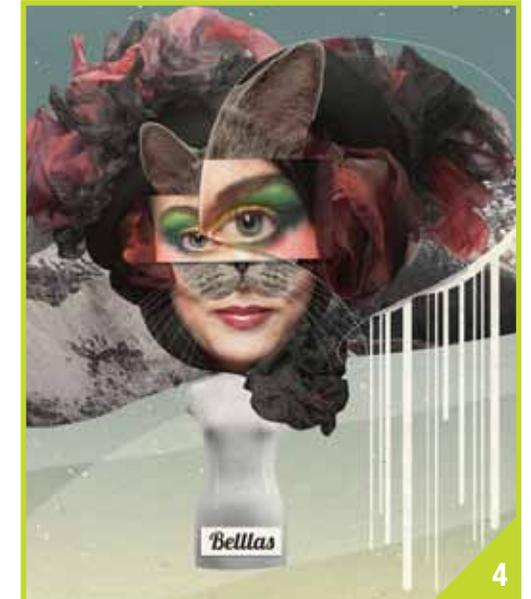
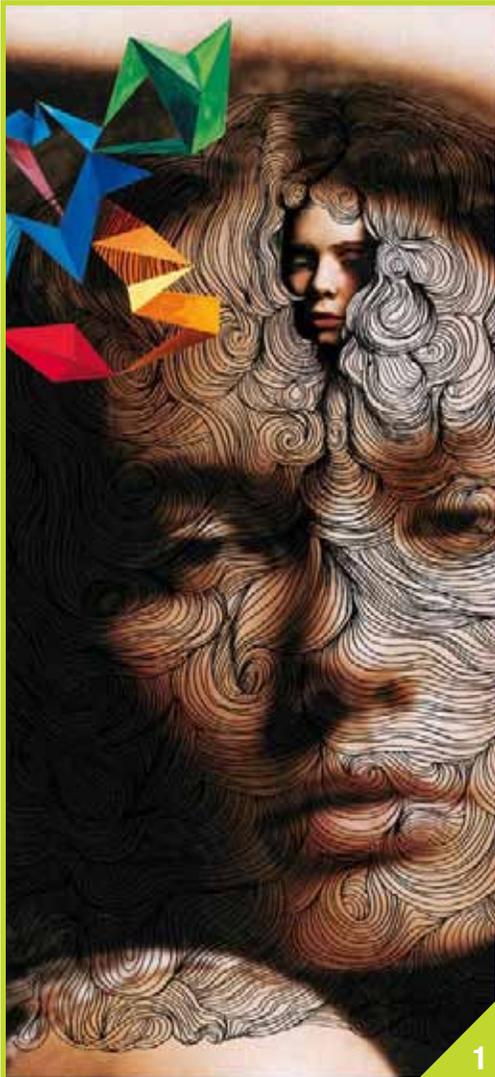
La grafica dedicata ai prodotti più sofisticati come la moda e la musica sta abbandonando progressivamente l'ossessione per i ramage floreali di gusto barocco, onnipresenti fino a un anno fa, per sostituirli con ricercati caratteri corsivi di gusto Art Nouveau.

Un gusto ultrasofisticato ma molto pulito, ricco ma mai pesante, onirico e spesso sexy. Il tratto delle illustrazioni è sottile e nitido, i colori molto ricercati, le texture si avvicinano a delle filigrane.

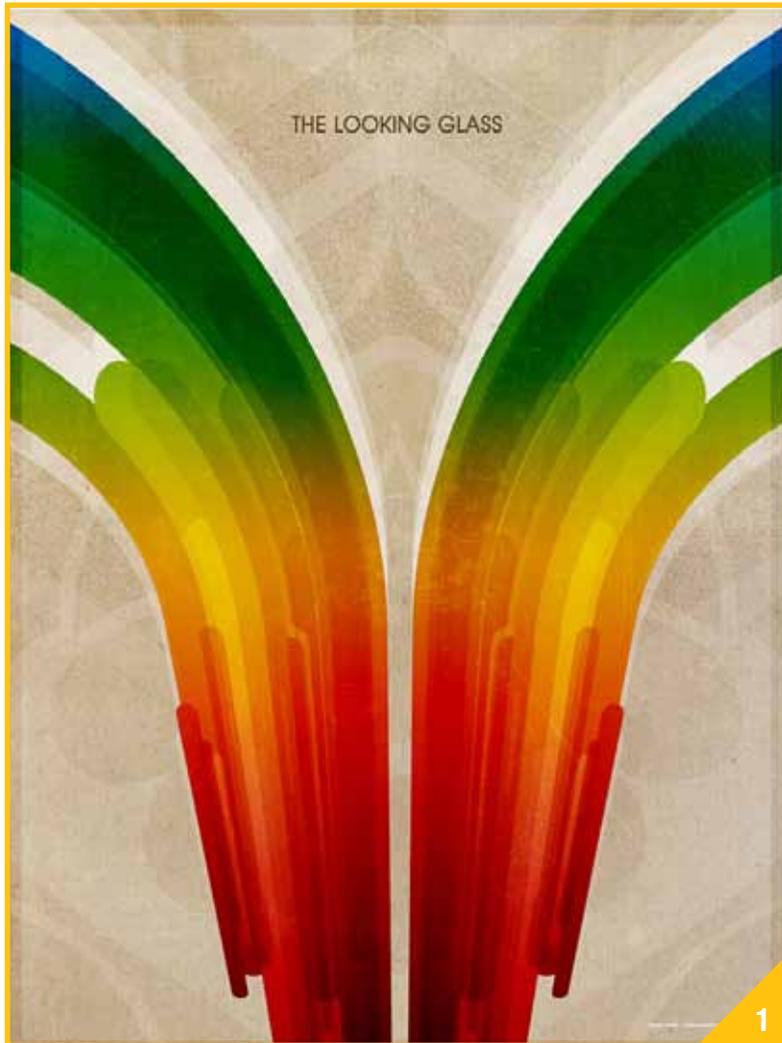
Nei casi più sperimentali, soprattutto illustrazioni di moda, c'è un uso spinto del collage e di mixed media (foto, disegno al tratto, grafica digitale), di chiara ascendenza Dada e Surrealista, con cut out aggressivi ma sempre molto decorativi e glam.

Una tendenza perfettamente incarnata dai francesi **M/M Paris**, artefici di quasi tutte le copertine e della comunicazione di Björk.





# 4. SPECTRUM

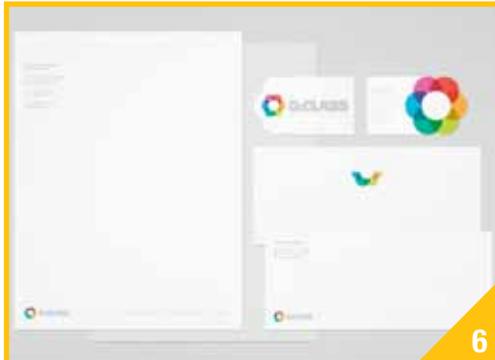
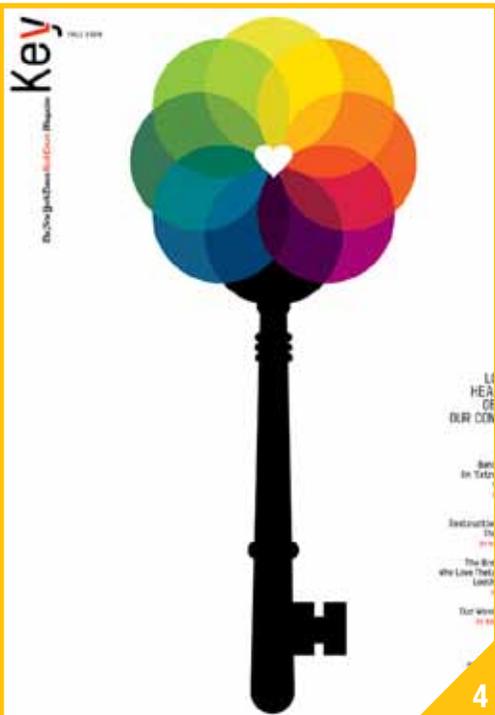


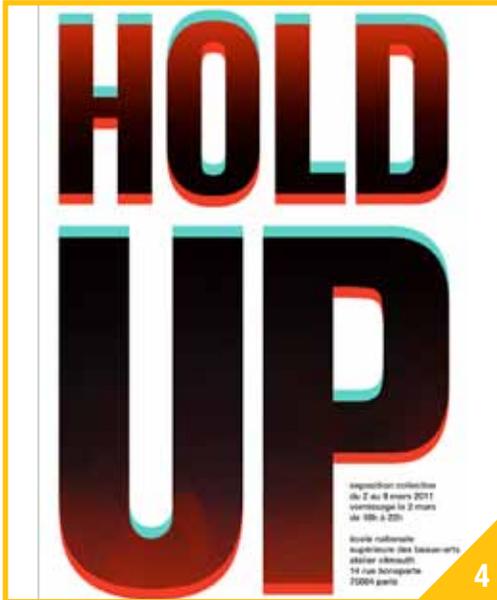
Da inquadrare come sottoinsieme di una tendenza dominante all'uso della sfumatura nella grafica contemporanea, lo spettro cromatico diventa un'area di indagine sempre più importante.

A volte derivato dall'immaginario scientifico della **spettrografia luminosa**, a volte citazione retrofuturistica (vedi la tendenza **cosmic disco** anni 70' / 80'), il gioco cromatico arcobaleno ha un effetto visivamente dinamico, forte impatto emotivo e suggerisce inclusività in qualsiasi tipo di comunicazione, sia web che editoriale.

Altra tematica relativa all'uso dinamizzante del colore è il gioco grafico sul fuori registro dei canali luminosi (red, green, blue), o addirittura la sperimentazione sulla sovrapposizione casuale di immagini monocromatiche trasparenti. Magistrale l'esempio dello studio **Carnovsky**.

L'effetto è una valorizzazione dell'errore che crea tensione e movimento nell'immagine, come guardando un'immagine stereoscopica senza gli appositi occhiali.





# 5. NEOGEO



Sicuramente la tendenza più legata al mondo del design, basti pensare al rinnovato interesse per le cupole geodetiche di **Buckminster Fuller** o alle nuove sperimentazioni sui cristalli di molti designer emergenti.

Forse un'altra motivazione di questa tendenza emergente è anche una reazione agli onnipresenti arrotondamenti glossy della grafica 2.0, in ogni caso bisogna prendere atto che sta nascendo una nuova corrente sperimentale che fonde grafica bidimensionale con design tridimensionale, con risultati decisamente freschi e interessanti.

Forte nei colori e sharp nella forma, l'uso massiccio di forme poligonali crea una nuova tensione visiva nel prodotto editoriale e nell'illustrazione, fino a spingersi ad esperimenti molto riusciti di tridimensionalizzazione della pagina, vedi copertina della rivista **Novum**.



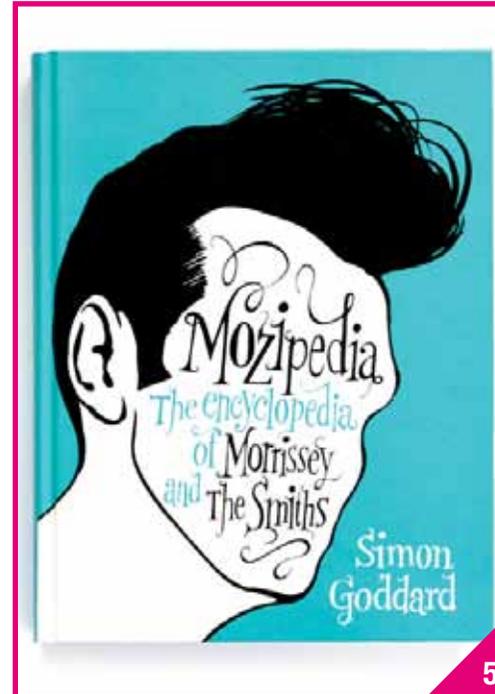
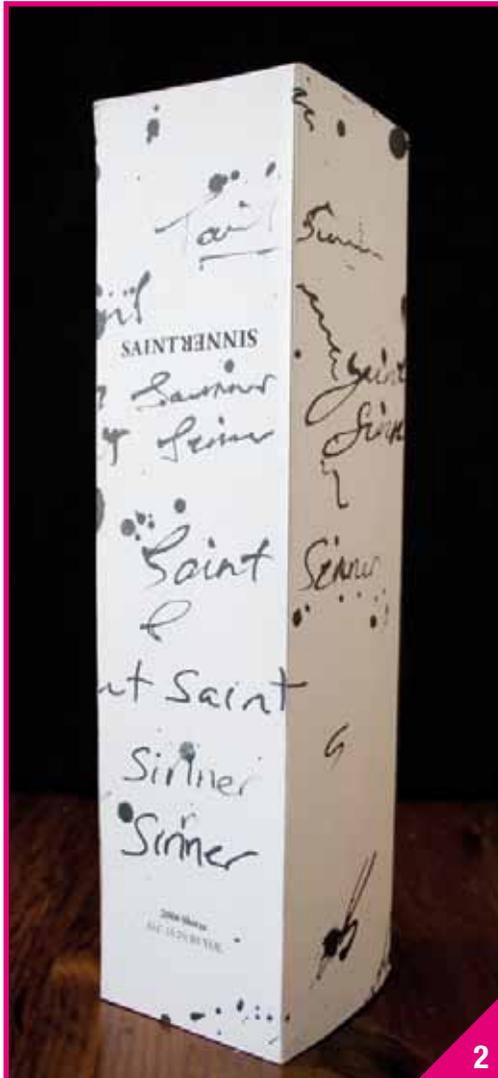
# 6. HANDWRITTEN



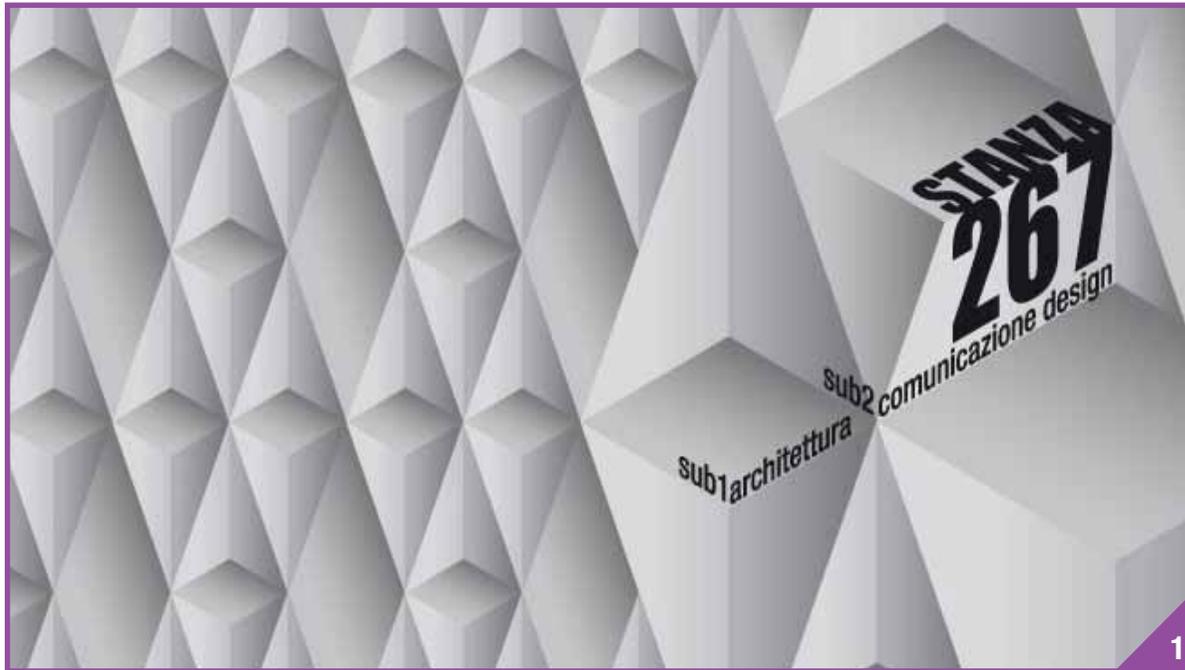
Ha avuto un boom qualche anno fa, con un rinnovato interesse nell'illustrazione fatta a mano, con i tratti di pennello o di matita ben visibili, ma non accenna a perdere terreno come tendenza grafica.

I caratteri handwritten continuano a proliferare per la forza e la spontaneità che aggiungono alla comunicazione, e anche per l'estrema duttilità con cui possono essere declinati.

Il segno sporco è perfetto per uno stile grungy / punk, ma basta usare una monolinea elegante e subito si cambia registro per inoltrarsi nei territori dei luxury brand più sofisticati. Con un corsivo nervoso e svolazzante si ottiene il classico effetto vintage e via declinando nei vari stili, compreso quello della comunicazione green ed equo solidale, suo ambiente elettivo fino a pochi anni fa.



# 7. SOLID



Un po' cubista e un po' illusione ottica alla **Escher**, lo stile del **falso 3D** si riscontra principalmente nei loghi. Soprattutto in quelli dei musei, ma ciò non toglie che sia visivamente stimolante e che possa avere degli interessanti sviluppi in futuro anche in altri settori della comunicazione.

L'inquadratura prospettica ricorda le atmosfere costruttiviste di inizio secolo, aggiornate da giochi e texture tridimensionali.

È uno stile dal forte impatto visivo, molto legato al mondo del design e dell'architettura, ricco di riferimenti e citazioni visive storiche.



2



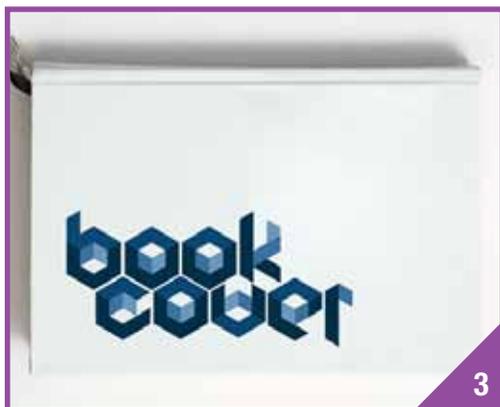
4



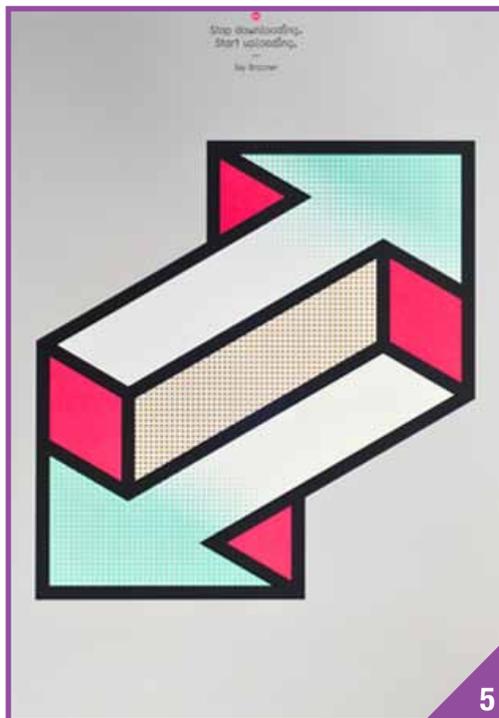
6



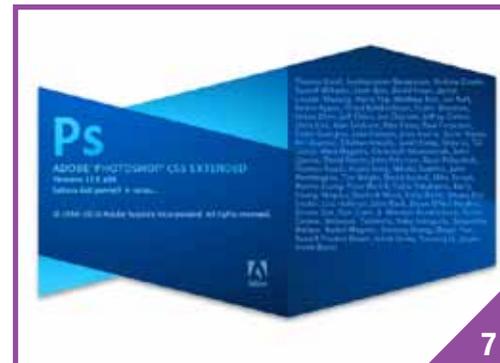
8



3



5



7



9

## BOLD NEW WORLD

1. Bold & Noble
2. David J. Scwhen
3. Dorothy
4. Genis Carreras
5. Gary Hustwit
6. Ji Lee
7. Noma Bar
8. La Tortilleria

## VINTAGER

### 50' - 60'

1. Stuart Daly
2. Rex Ray
3. Herb Lester Associated
4. Matt Needle
5. Mattson Creative
6. Herb Lester Associated
7. Mattson Creative
8. Joel Holland

### 800' - 30'

1. Gregg Guillemin
2. Gregg Guillemin
3. Nick Agin
4. Hangar Group site

## FASHIONGRAPHY

### calligraphic

1. Moshik Nadav
2. Gary Fernandez
3. Ben Hermel
4. Piotr Buczkovsky
5. Critisan Boian
6. Nico
7. Charmaine Olivia
8. Stuart Daly

### surreal

1. MM Paris
2. Marek Haiduk
3. M/M (Paris)
4. Senastian Ospina
5. Senastian Ospina

## SPECTRUM

### rainbow

1. James White
2. Sakke Soini
3. Andy Gilmore
4. Andy Gilmore
5. James White
6. Joel Speasmaker
7. Pantone calendar
8. Christian Mortlock

### rgb

1. Carnovsky
2. Prada fw2011 motionbook
3. Carnovsky
4. None futbol club
5. Jason Naylor

## NEOGEO

1. Liam Brazier
2. Jonathan Puckey
3. Moma design studio
4. Andy Gilmore
5. Liam Brazier
6. Novum magazine
7. Liam Brazier
8. MWM

## HANDWRITTEN

1. Steven Heller
2. Saint or Sinner Shiraz
3. Belmondo skincare
4. Au Yeah bear
5. Bold & Noble
6. Dan Whittaker site
7. Flickr/Hannahabbo
8. Yoco

## SOLID

1. Stanza 267 comunicazione
2. Valentin Adam
3. Cubic by Fontfabric
4. Nicolò Volanti
5. Robert Horne
6. Robert Horne
7. Photoshop CS5
8. Cubic by Fontfabric
9. Tokujin Yoshioka