

GUIDA

Come realizzare manifesti efficaci

In un mondo sempre più digitale, impalpabile, virtuale, succede che alcuni strumenti che paiono antichi, catapultati da un'altra epoca siano ancora efficaci e potenti.

Il **manifesto** è uno di questi.

Nato secoli fa, passato per un periodo in cui è stato utilizzato da pittori e artisti e per un periodo d'oro in cui era il **Re indiscusso della pubblicità**, sta rivivendo negli ultimi anni un ritorno di fiamma nei cuori di grafici e committenti.

Declinato in formati più piccoli, come le locandine o in formati enormi (6x3 e cartelloni) il manifesto continua a regnare nelle nostre città, specializzandosi per la **comunicazione** di alcuni settori e lasciando ormai il passo come strumento prettamente pubblicitario.

Il manifesto del nuovo millennio è uno strumento **informativo** e **promozionale** potentissimo: affisso sui muri delle città, parla a tutti quelli che passeggiando hanno voglia di fermarsi. E per questo motivo è diventato sempre di più uno strumento informativo, utilizzato soprattutto dalla comunicazione di eventi culturali e artistici, festival, amministrazioni, enti e sempre meno dalle aziende.

È ancora valido come strumento per “urlare” saldi e svendite a livello locale, ma viene usato poco se non in formati specifici e giganteschi dalle grandi aziende **per fare advertising**.

QUALI SONO LE CARATTERISTICHE CHE DEVE AVERE UN MANIFESTO BEN FATTO

Il manifesto deve conquistarsi l'attenzione del pubblico, sgomitando spesso in spazi di affissione sovraffollati.

Il consiglio per un buon manifesto design è soprattutto quello di riuscire a colpire l'attenzione del passante.

Una buona grafica è fatta di equilibrio e di elementi ben visibili: ben vengano colori contrastati, forme geometriche, titoli belli grandi. Lo spazio di un manifesto **70x100 cm** è abbastanza ampio per permetter movimento e gerarchie.



Esempio di poster con sovrapposizione creativa di elementi grafici su una foto. È ancora valido come strumento per “urlare” saldi e svendite a livello locale, ma viene usato poco se non in formati specifici e giganteschi dalle grandi aziende per fare advertising.

UTILIZZARE UN'IMMAGINE DI IMPATTO

Il modo più semplice per fare un poster è cercare una bella immagine, “appiccicarci” sopra una scritta, le informazioni e mandarlo in stampa. Proprio perché molti dei poster e delle locandine che si trovano in giro sono basati su questa equazione elementare, chiunque riesca a discostarsene risulta più visibile e più memorabile.

Il progetto di poster design dovrebbe essere il primo passo quando si affronta, ad esempio, la comunicazione visiva di un evento: il poster è la guida, l'immagine di riferimento da cui dopo declinare tutti gli altri elementi di comunicazione.

Deve essere la base di partenza per creare la locandina, l'eventuale depliant o pieghevole, per creare cartoline e inviti, per guidare la comunicazione sui social.



Poster con soli elementi grafici e organizzazione chiara e intelligente delle informazioni.

ORGANIZZARE LE INFORMAZIONI

Come in ogni lavoro di grafica, le informazioni sono una parte fondamentale del progetto: ben visibile ci deve essere il titolo dell'evento e le date e i luoghi in cui si svolge. Da non tralasciare mai, un sito internet e le informazioni di contatto. I caratteri devono essere ben leggibili da una distanza di mezzo metro. Bisogna considerare il target del poster e fare i conti con un pubblico di riferimento che, se sopra una certa età, probabilmente è ipovedente e leggerà con difficoltà testi al di sotto dei 24-30 pt a quella distanza.

METTERE I LOGHI

È la parte più odiosa per ogni graphic designer: e allora si aggiungono tasselli, piedini, riquadri per organizzare il caos di loghi e marchi spesso mal progetta-

ti e inviati in formati improbabili. La frustrazione sale e si ha l'impressione che un bel progetto diventi di colpo inguardabile.

Per ovviare a questo inconveniente è sempre bene:

- Informarsi dell'effettiva **necessità dei loghi**, perché spesso bastano le diciture di enti e amministrazioni;
- Utilizzare **effetti di trasparenza** (o nei programmi Adobe utilizzare "Moltiplica" per sovrapporre il logo allo sfondo quando possibile): soprattutto nei casi di loghi mal progettati, non è importante il colore finale del logo, ma la sua presenza;
- Considerare già uno spazio franco **per inserire eventuali loghi** e diciture;
- Esempio di poster design con **lettering creato a mano** che interagisce con l'illustrazione.



Semplice ma potentissimo lavoro sull'immagine



Esempio di poster design con lettering creato a mano che interagisce con l'illustrazione