

**MIAMMO**

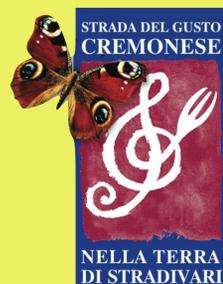
**MANIFESTI DI MOSTARDA**

**UN PROGETTO TRA ARTE E COMUNICAZIONE CHE PROPONE  
LA RILETTURA CONTEMPORANEA DEGLI STORICI  
MANIFESTI RAFFIGURANTI IL PRODOTTO.**

**LA MOSTARDA, ECCELLENZA CREMONESE, RACCHIUDE  
UN'IMPORTANTE TRADIZIONE TERRITORIALE E CULTURALE.**

**L'OBIETTIVO È DARE NUOVE CHIAVI DI LETTURA, VISIVE E DI  
SIGNIFICATO, A UN PRODOTTO STORICO, PROPONENDOLO IN  
UN'ORIGINALE VESTE, FRUTTO DEL LAVORO DI RICERCA E  
DELLA SENSIBILITÀ DELLE NUOVE GENERAZIONI.**

*Festival della*  
**MOSTARDA**



Camera di Commercio  
Cremona

Con il contributo di



Regione  
Lombardia



**MAMO MANIFESTI DI MOSATRDA**

**1 OTTOBRE - 9 OTTOBRE**

MUSEO CIVICO DI CREMA E DEL CREMASCO  
CHIOSTRI

**PROGETTO A CURA DI**

FRANCESCA MONTI

**ORGANIZZAZIONE**

ILARIA CASADEI , CAMERA DI COMMERCIO DI  
CREMONA

**COMUNICAZIONE**

ALESSIO MARAZZI

**CON LA PARTECIPAZIONE DI**

LICEO ARTISTICO INDIRIZZO GRAFICO  
BRUNO MUNARI DI CREMA

**SI RINGRAZIANO**

PROF.SSA CECILIA GEROLDI

PROF.SSA ALBA CARIDI

PROF.SSA IVONNE MOSCA

La mostarda è un prodotto culturale, con caratteristiche specifiche legate al territorio di nascita. A Cremona il portato storico della Mostarda è tanto importante da conferirle il titolo di eccellenza, diventando così esempio di cosa significa saperla generare e trasmettere.

L'eccellenza come aspirazione capace di guidare ogni scelta, parte dalla consapevolezza che il proprio comportamento genera un impatto e ha un'influenza sul sistema. Per questo l'eccellenza attiva la responsabilità di sapersi muovere in armonia con gli altri, con le comunità, con l'ambiente, per generare valore diffuso.

La mostarda è simbolo e portatrice di questo messaggio.

Le nuove generazioni hanno e stanno rivoluzionando la comunicazione e le modalità con cui i significati vengono veicolati e trasmessi. Da qui nasce la volontà di rileggere il prodotto storico cremonese, dando alla forte connotazione culturale una veste contemporanea.

L'arte è l'elemento mediano, che ha la virtù di connettere i significati al significante, tradurre la storia, la cultura e la tradizione di un prodotto in un'immagine di senso.

Francesca Monti



## **BEATRICE MACCHI**

Per la realizzazione del visual è stato scelto di rappresentare gli ingredienti della mostarda con uno stile astratto, che richiama la tradizione grafica di Armando Testa. Lo sfondo è stato sviluppato partendo da forme che evocano un pentagramma, per ricordare la tradizione musicale cremonese. Queste sono poi diventate superfici colorate per rappresentare il gusto della mostarda.



## **LAURA TOMMASEO**

Nel manifesto abbiamo l'unione tra la musica e la mostarda per rappresentare l'armonia del gusto del prodotto. I colori sono presi direttamente dalla frutta, sia per le mani che per il pianoforte.

# MOSTARDA

albicocca

ciliegia

fico

mandarino

mela cotogna

pera

pesche

sciroppo

senape

zucchero

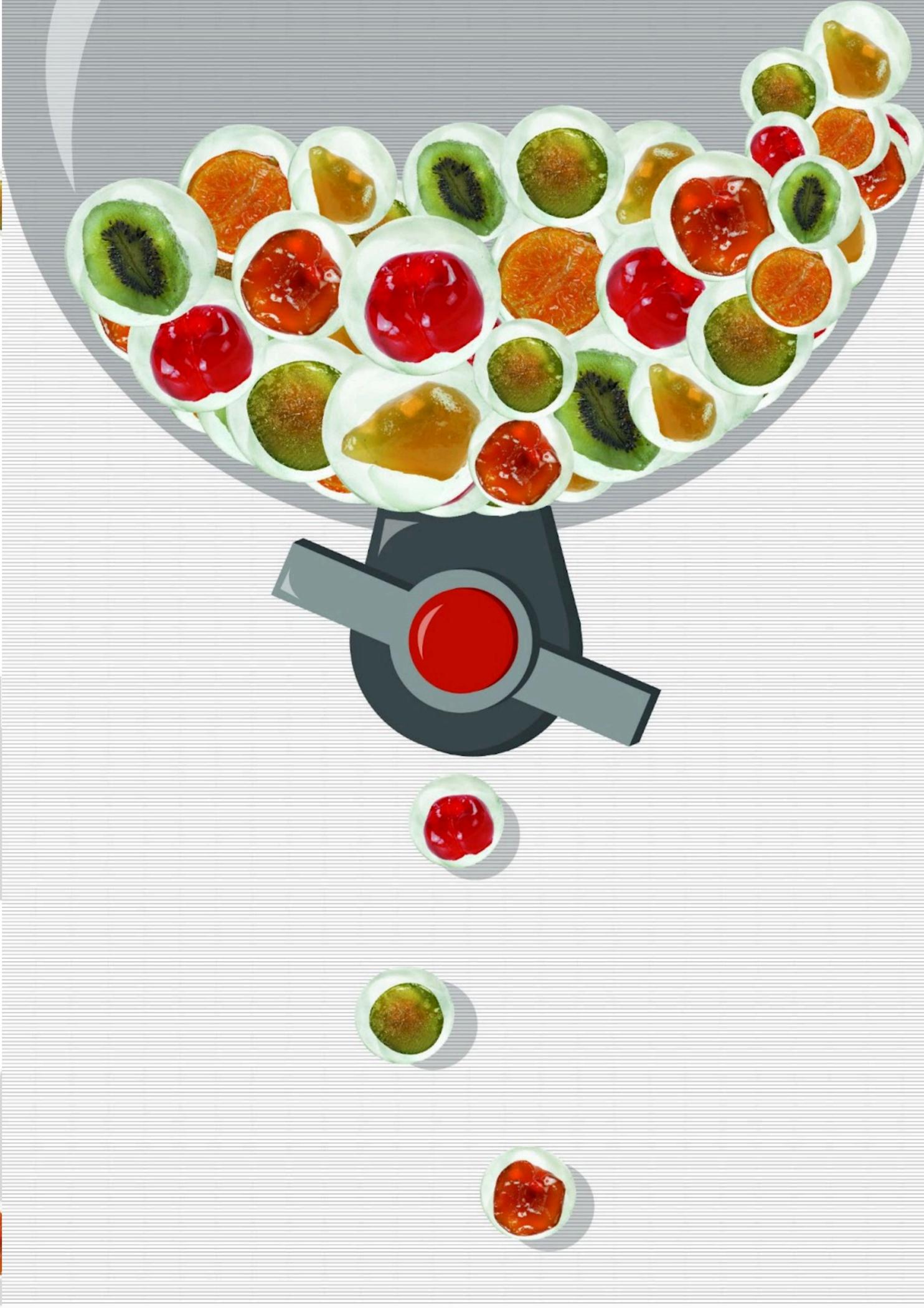
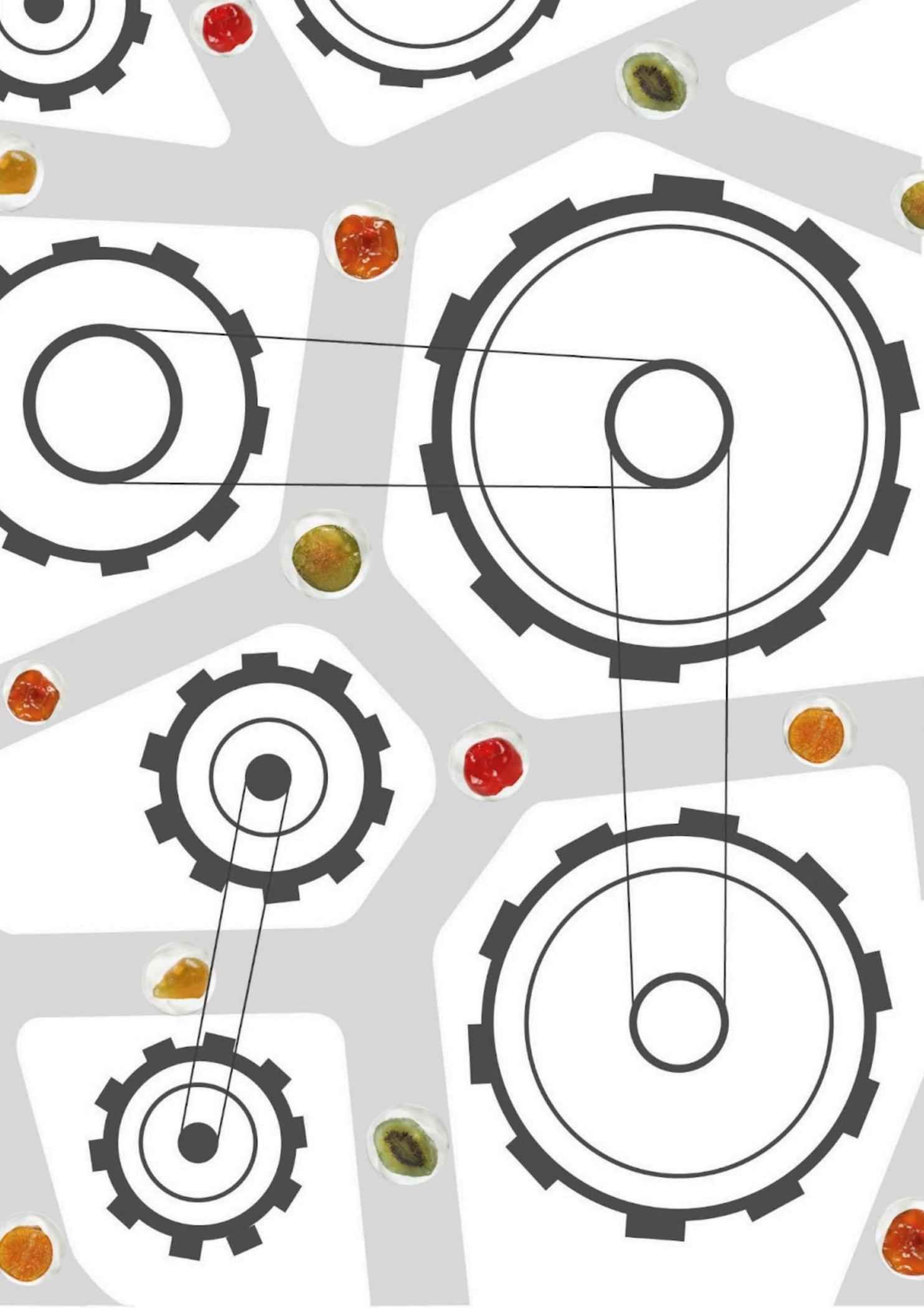
## **BEATRICE MACCHI**

Nel manifesto la mostarda viene scomposta nei suoi ingredienti. La consistenza del prodotto è rappresentata attraverso forme sferiche realizzate con i colori dei vari ingredienti. La composizione è strutturata con un assetto che riprende la grafica tradizionale della bauhaus in cui forme e colori dialogano con il testo.



## **VALERIA CARMINATI**

Partendo dall'idea del gusto della mostarda, si è ragionato sui vari ingredienti che la compongono, giungendo all'idea di creare un pattern che rappresenti la varietà di frutti, in stile schizzo. La vivacità dei colori è la caratteristica utilizzata per attirare un pubblico giovane.



# **VALENTINA GIUPPONI**

All'idea della lucentezza dei frutti della mostarda, si è associata l'idea di gioco.

Questa caratteristica ha trovato forma nella biglia, rivisitata in chiave moderna, in questo senso il colore sgargiante e la lucentezza rappresentano l'idea di mostarda.

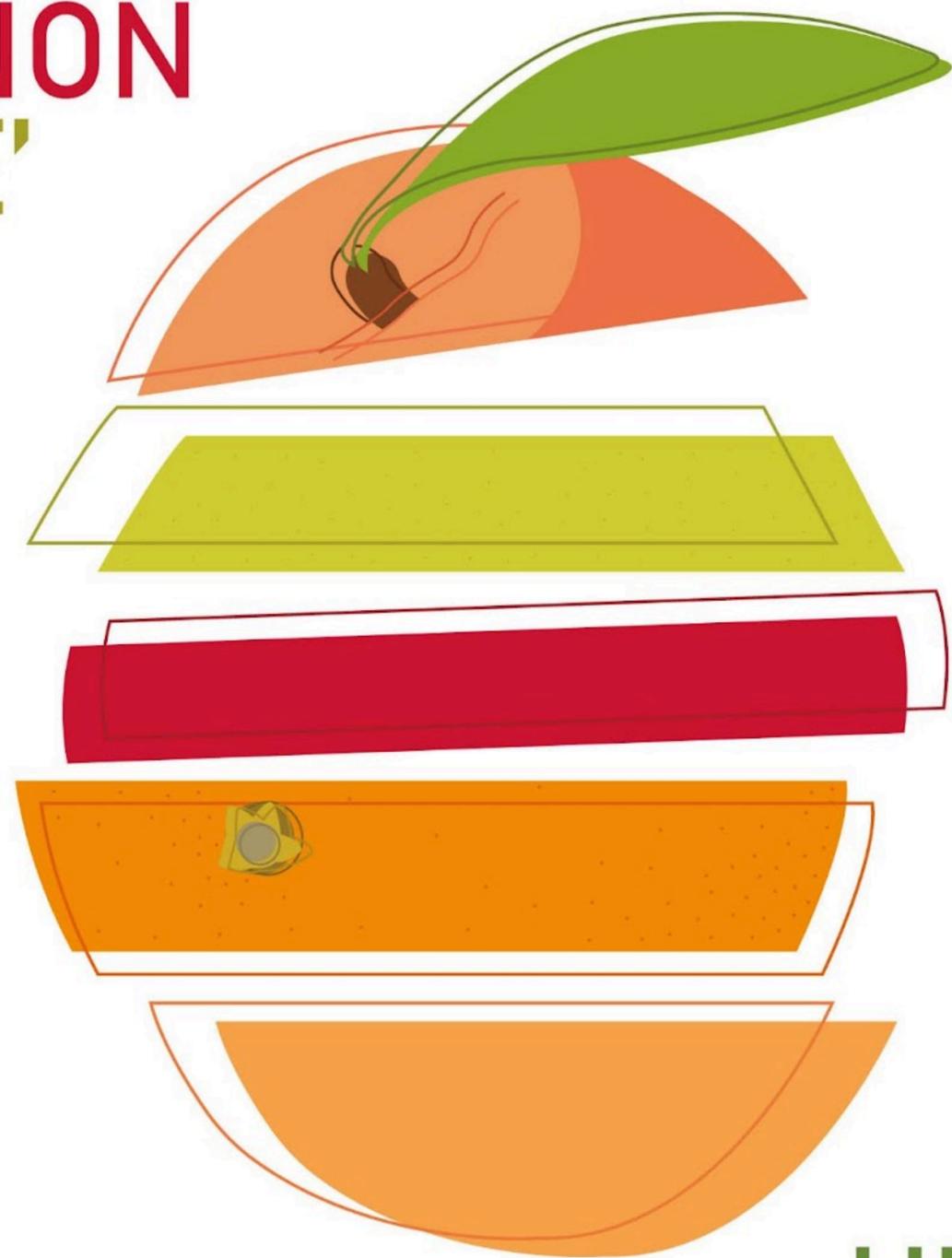
Nei due diversi visual sono state utilizzate forme diverse per esprimere lo stesso concetto.



## **ELISA BRAZZOLI**

L'idea chiave è rappresentare la capacità della mostarda di enfatizzare il gusto dei cibi. La ragazza, dopo aver assaporato l'eccellenza cremonese, golosamente si lecca il dito per non perderne neanche una goccia. I suoi occhi sono chiusi come se fosse in un mondo fantastico di sapori, rappresentato dai frutti che fluttuano sullo sfondo.

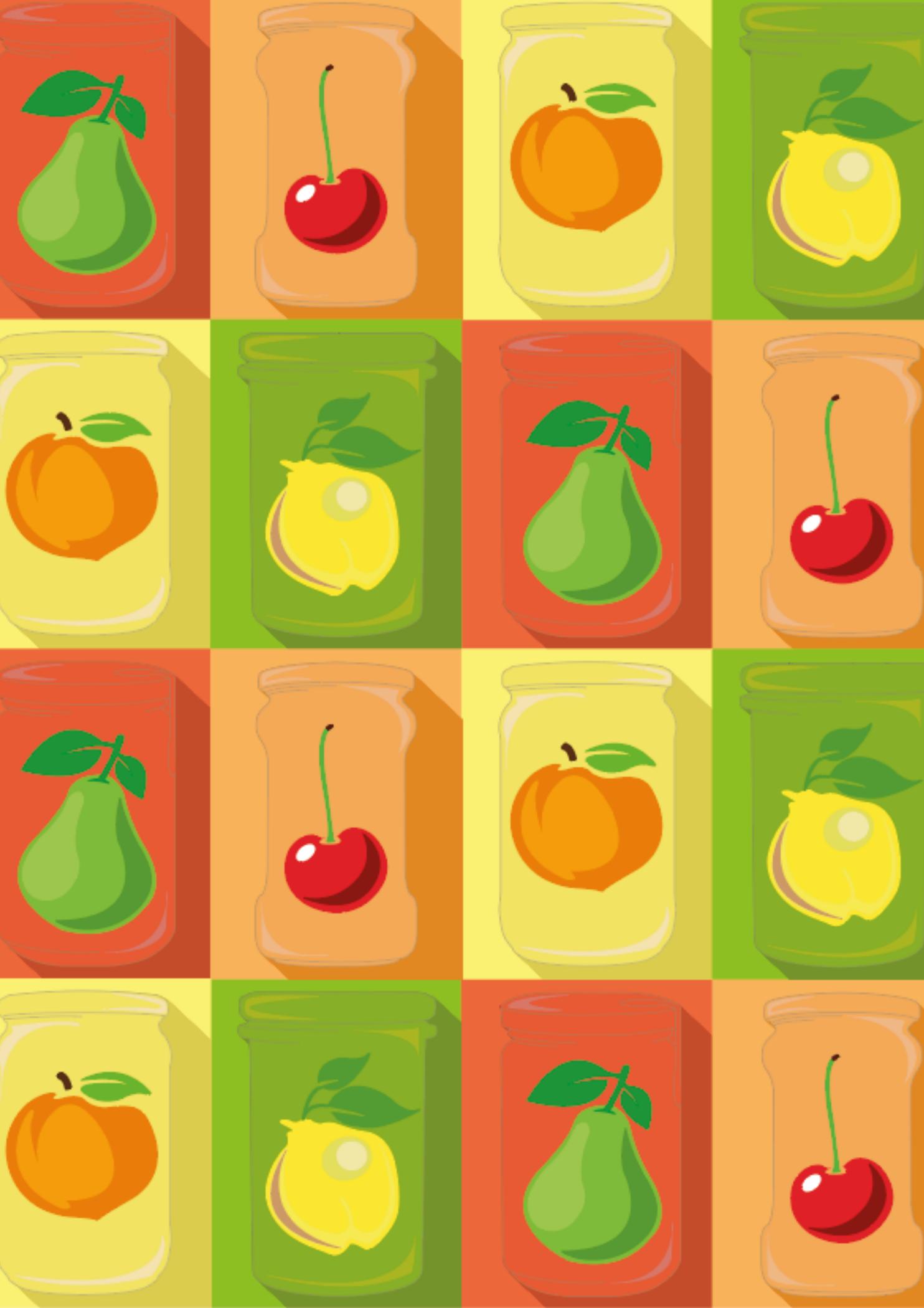
QUESTA  
NON  
E'



UNA  
*Macedonia*

## **PENELOPE SAIANI**

Fonte di ispirazione è l'opera di Magritte "Ceci n'est pas une pipe". È stato riproposto un gioco di parole simile per evidenziare che la mostarda pur essendo un insieme di frutti non è una macedonia. Gli elementi tagliati vanno a comporre un nuovo frutto.



## **LORENZO FILIPAZZI**

L'obiettivo del visual è quello di rappresentare i vasetti di mostarda riprendendo la disposizione dell'opera di Andy Warhol "Tomato Campbell", popolare prodotto americano, con l'utilizzo e l'accostamento dei colori tipici dei frutti della mostarda.



## **FRANCESCA PROVEZZA**

L'osservazione dei colori e delle forme della mostarda, il gusto sia dolce che piccante, la lucentezza tipica di questo prodotto, ne suggeriscono la rappresentazione simile a quella di una galassia di frutta, intorno alla quale ruotano fasci colorati trasparenti.



## **BRAZZOLI ELISA**

L'idea di partenza per il manifesto è quella di rappresentare il gusto dato dai frutti. Il colore e le luci presenti vanno ad enfatizzare i sapori e invogliare lo spettatore a scoprire il mix di frutti rappresentati sullo spiedino.



## **ANGELICA PREVI**

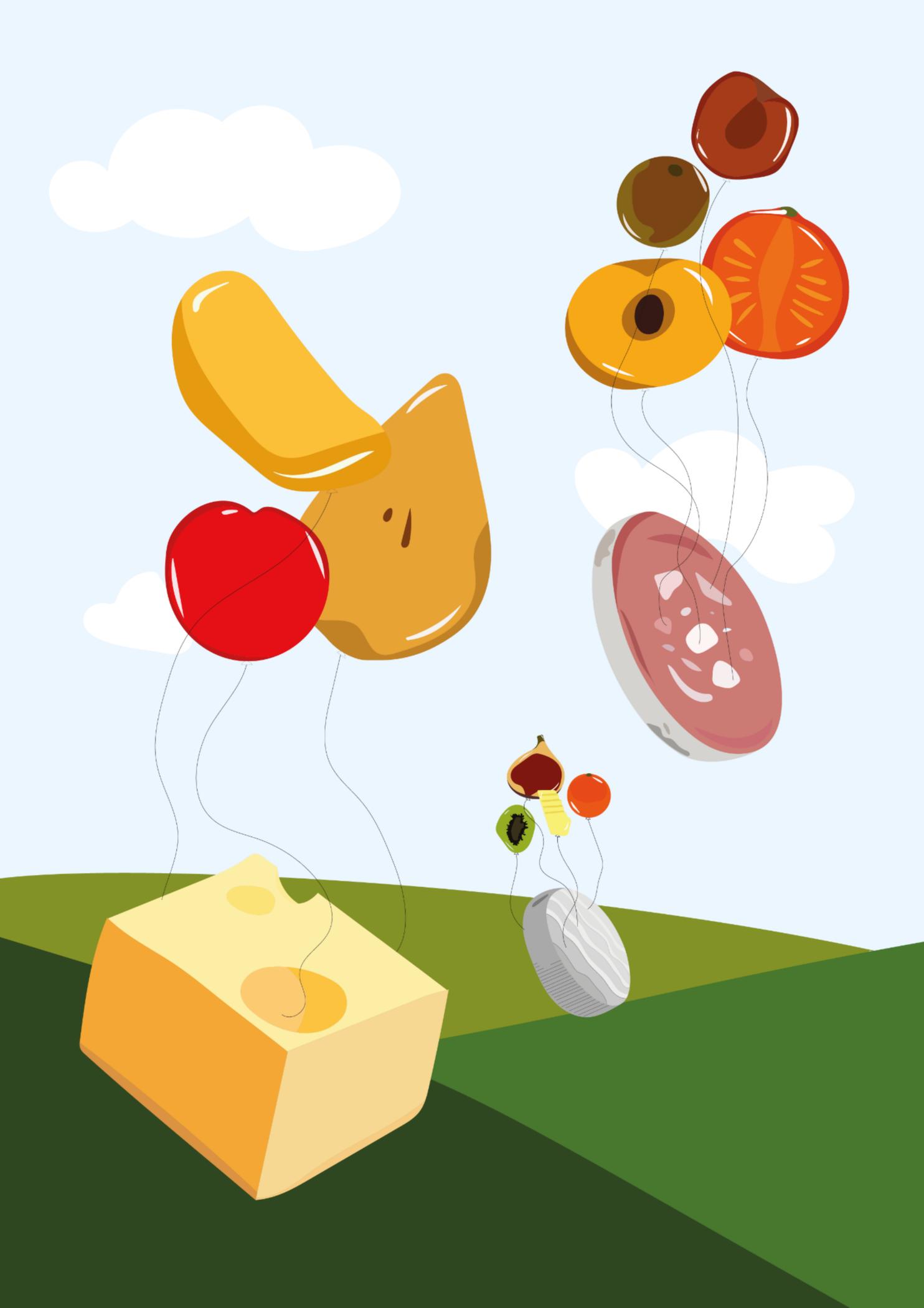
Questa idea vuole rappresentare "il prima e il dopo" dei colori dei frutti utilizzati per la produzione delle mostarda.

Ogni quadrato ha il colore del frutto prima di essere trattato e di assumere quel colore più acceso e quell'effetto lucido che hanno i frutti della mostarda raffigurati in primo piano.



## **EMMA MARCHETTI**

Fonte d'ispirazione per il visual sono le lanterne colorate di carta tipiche dei festival giapponesi, poiché il gusto intenso della mostarda è come se illuminasse quello dei cibi con cui viene abbinata. Inoltre, questo soggetto permette di giocare sul colore ed enfatizzare il concetto di festival.



## **ANGELICA PREVI**

Il visual vuole trasmettere la leggerezza che si ottiene abbinando i diversi cibi con la mostarda, attraverso la metafora dei palloncini. Viene messo inoltre in risalto l'aspetto dei suoi frutti, in quanto come palloncini sono di colore acceso e hanno un effetto lucido.



## **GIULIA PAVESI**

I frutti, ingredienti principali che compongono la mostarda, sono stati realizzati tramite sovrapposizione di forme colorate. Ragionando sul territorio cremonese, sono state aggiunte alcune bande colorate al centro e ai lati per richiamare il corso del fiume Po.



# **NOEMI PISATI**

La sintesi degli elementi presenti nel manifesto è il mezzo per rappresentare il forte legame tra Cremona e la mostarda. Sono stati poi utilizzati piani e volumi che attraverso geometrie e trasparenze cromatiche raccontano l'idea.



## **EMMA MARCHETTI**

L'idea è quella di rappresentare una mostarda sezionata con l'intento di valorizzarne i singoli ingredienti e l'interazione fra di essi, illustrando con grande stilizzazione un vasetto di mostarda attorno al quale ruotano i frutti contenuti al suo interno.



## **EMMA MARCHETTI**

I frutti che ruotano attorno alla testa della ragazza vogliono rappresentare il gusto della mostarda, che diventa una sorta di pensiero fisso grazie alla sua bontà, come sottolineato dall'espressione felice della protagonista del visual.

SBRAM  
SBRAM  
SBRAM  
SBRAM  
SBRAM

BOOM  
BOOM  
BOOM  
BOOM  
BOOM

# **ALICE VELLA**

Per la realizzazione di questo manifesto il gusto e l'esplosione di sapori diversi tra loro è stata l'idea principale. La mimica facciale raffigurata in trasparenza rappresenta le emozioni che si provano nel degustare la mostarda, come fosse un'opera di Caravaggio moderna. Sullo sfondo un'onomatopea che esprime stupore accentua e rende moderna l'immagine.



## **ANDREA VITALONI**

Il visual rappresenta il gioco del gusto dato dalla degustazione della mostarda. Per ogni settore sensoriale/gustativo, associato alle diverse zone della lingua, sono state create attrattive in stile luna park.

Una giostra tra i gusti amaro, acido, salato e dolce, diviene una sorta di paese delle meraviglie all'interno del palato.



## **GIORGIA STEFANIA PINZARIU**

Il visual si basa sul concetto del gusto della mostarda riprendendo i colori brillanti e vivaci tipici dei frutti trattati. La forchetta e il barattolo rappresentano la voglia delle persone di mangiare questo prodotto d'eccellenza.



## **GIUDITTA LECCHI**

Il progetto si basa sulla messa in risalto del paesaggio di Cremona con il suo prodotto tipico.



## **CLAUDIA OMACINI**

L'uso della tecnica astratta sottolinea il fatto che la frutta presa singolarmente ha un gusto "piatto", ma quando si trova nella mostarda aumenta il suo valore e vengono amplificati i sapori. Viene messo in evidenza anche il colore della frutta, acceso ed intenso. La mostarda viene poi rappresentata in un vasetto visto dall'alto, con all'interno la frutta di cui è composta.

**MAMO**

**MANIFESTI DI MOSTARDA**