La cultura giapponese in mostra al Franciacorta Outlet Village con JapanPOP

Sull’onda della passione per l’arte e la cultura giapponese che irrompe nella moda, nella cucina e nelle preferenze di viaggio degli italiani, il **Franciacorta Outlet Village** di Rodengo Saiano, alle porte di Brescia, presenta dal 6 aprile al 6 maggio 2018 una specifica mostra sulle ultime tendenze artistiche del Giappone.

La mostra dal titolo “**JapanPOP** in Franciacorta: Takashi Murakami, Tomoko Nagao & more”è ideata e curata da Christian Gangitano e dedicata a iconici artisti contempotanei dell’arte giapponese. Realizzata in collaborazione con Deodato Arte, galleria che da sempre rivolge particolare attenzione alla Pop Art contemporanea e da cui proviene la ricca selezione di opere esposte, l’esposizione si compone di una cinquantina di opere di alcuni dei più noti artisti giapponesi ospitati all’interno di una boutique del centro e da un percorso espositivo en plein air che si sviluppa nelle vie e nella piazza con gigantografie, stencil, installazioni site-specific ed elementi gonfiabili tratti dalle opere di Tomoko Nagao.

Il turismo è l’economia che unisce l’Italia al Giappone e ne aumenta il desiderio di conoscenza e di condivisione della cultura. Sono 125mila gli italiani che lo hanno scelto destinazione dei propri viaggi nel 2017: il Paese del Sol Levante ha soprattutto conquistato il cuore degli honeymooners, tanto da fare diventare la luna di miele in questo Paese un must to do.

La popolarità non scaturisce solo dal japan food che ha trovato il giusto spazio fra la ristorazione mediterranea e le diverse altre cucine orientali già presenti, ma per eventi naturali d’indubbia bellezza come la fioritura dei fiori di ciliegio (sakura), che attraggono turisti europei in numeri sempre crescenti negli ultimi cinque anni e in periodi vacanzieri non consueti, come la primavera.

Gli scambi culturali fra Italia e Giappone favoriscono anche il turismo incoming, con numeri altrettanto significativi: nel 2016 sono stati 922mila i giapponesi in viaggio nel Belpaese.

Tra i target di riferimento quello della generazione dei sessantenni giapponesi (il 35% dei viaggiatori verso l’Italia), che si affacciano alla pensione con una buonuscita piuttosto consistente. Una classe sociale molto attiva e con tempo libero a disposizione, dunque flessibilità di scelta del periodo di viaggio. I prodotti più popolari per i senior sono soprattutto le visite alle città d'arte, il turismo enogastronomico e il trekking. Un prodotto emergente è il viaggio crocieristico, secondo le ricerche di

Enit che sottolinea un aspetto sulle donne, legato allo shopping.
“In particolare, le donne lavoratrici di età compresa tra i 20 e i 29 anni si recano all'estero per gratificazione personale, per fare acquisiti di articoli di lusso o firmati da famosi stilisti, oltre che per godere delle bellezze naturali o artistiche dei luoghi visti alla televisione o nelle riviste di lifestyle”, si legge nel Rapporto Congiunto Ambasciate/Consolati/Enit 2017.