

Il carattere della nuova identità Fedrigoni è un classico degli anni sessanta, progettato da una bellicosa squadra di illustri designer italiani. Di Alessandro Colizzi

## The ideal letterform

Fedrigoni's new corporate typeface is a 1960s classic, designed by an argumentative committee of Italian design legends. By Alessandro Colizzi

# La lettera ideale

**Forma Tonda Neretta.** Vantaggio con polizza di carattere di fonderia per la composizione a mano. Notare le forme delle lettere alternative "a", "G" e "R". Nebiolo, anni '60, courtesy Tipoteca Italiana Fondazione.

**Forma Roman Semibold.** Galley of founder's metal type for hand composition. Note the alternative 'a', 'G' and 'R' letterforms. Nebiolo, 1960s, courtesy Tipoteca Italiana Fondazione.



Fondata a Torino nel 1852 come fonderia di caratteri, ai primi del Novecento la Nebiolo era divenuta un'importante produttrice di macchine da stampa, che resterà il suo principale settore di attività. L'azienda era anche il principale produttore italiano di caratteri da stampa, e dallo Studio Artistico Nebiolo usciranno numerose famiglie di caratteri per testo e pubblicità, dal Semplicità, Neon e Veltro all'Augustea, Recta ed Eurostile.

Nel 1952 Aldo Novarese (1920-95) sostituì Alessandro Butti (1893-1959) alla direzione dello Studio, e per oltre un decennio caratterizzerà il catalogo Nebiolo grazie a personalissime creazioni come Slogan, Juliet, Ritmo, Oscar, Fontanesi. Tuttavia, nel corso degli anni sessanta la produzione Nebiolo sembra suscitare scarso interesse presso i professionisti emergenti della pubblicità. Inoltre, l'assenza di investimenti e alleanze per abbracciare la nuova tecnologia della fotocomposizione si rivelerà critica per la sopravvivenza della fonderia, che chiuderà nel 1978.

Forma nasce dal tentativo dell'azienda di modernizzarsi. Per affrontare la sfida tecnologica della fotocomposizione, nel 1965 la direzione della fonderia decide di affiancare a Novarese un comitato, costituito da figure di spicco della grafica milanese: Pino Tovaglia (1923-77), Franco Grignani (1908-99), Giancarlo Iliprandi (1925-2016, vedi *Pulp* n. 6), Bruno Munari (1907-98), Ilio Negri (1926-74), Till Neuburg (1937) e Luigi Oriani (1919-80). Merita fra l'altro ricordare che l'incarico di consulenti venne sempre svolto a titolo gratuito. Nel corso di un lungo processo vennero realizzati due caratteri originali, Forma (1968) e Dattilo (1972).

Gli incontri bimestrali del gruppo avvenivano

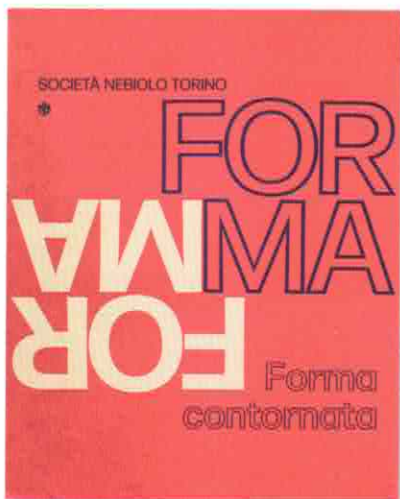
a Milano. L'obiettivo dei designer era quello di sviluppare un sans-serif 'oggettivo' che potesse diventare un cavallo di battaglia della grafica contemporanea; la Nebiolo aveva bisogno di un nuovo prodotto da commercializzare. Novarese, assistito dai giovani Luciano Agosto e Gianni Parlacino, forniva i disegni tecnici per le numerose modifiche o variazioni avanzate dai designer. Le opinioni variavano considerevolmente all'interno del gruppo, e le discussioni avevano spesso un andamento ondivago. Si convenne di seguire le tendenze attuali e le aspettative del mercato: Forma sarebbe stato un sans-serif senza fronzoli, capace di sfidare i leader del mercato - in particolare Helvetica e Univers - migliorando la leggibilità e la riproduzione fotografica per la stampa offset.

Forma venne lanciato nel 1968 e concesso in licenza alla Adler Traldi per produrre matrici Linotype. Grazie a varianti aggiunte regolarmente negli anni successivi, Forma divenne una delle più estese famiglie di caratteri disponibili in Italia. Il carattere si proponeva di rappresentare la forma di lettera ideale, il più neutrale possibile, adatta sia alla composizione di testi sia alla titolazione, dunque in grado di piacere tanto ai direttori creativi delle agenzie che ai tipografi delle stamperie. Forma venne accolto favorevolmente dalla comunità del design e vinse una menzione speciale al prestigioso Compasso d'oro dell'ADI (Associazione Italiana per il Disegno Industriale) nel 1970.

Dopo il Forma, i designer proseguirono la consulenza con la Nebiolo. Tuttavia, Novarese non amò mai il Forma proprio perché non era solo una sua creazione. Quando la Nebiolo avanzò la richiesta di un carattere da

Uno dei tanti specimen prodotti da Aldo Novarese per promuovere le nuove aggiunte alla famiglia del Forma; qui la serie Contornata, 1970. 234 x 300 mm, otto pagine, offset a tre colori.

One of many specimens produced by Aldo Novarese to promote new additions to the Forma family - here, the Outline (Contornata) series, 1970. 234 x 300 mm, eight pages, three-colour offset.



accoppiargli, Novarese propose un egizio che riprendesse l'estetica dei caratteri delle macchine da scrivere. Aggiornato sulle tendenze internazionali, sentiva il bisogno di qualcosa più in sintonia con i sans serif contemporanei. I designer acconsentirono all'idea di aggiungere essenzialmente delle grazie al Forma, le cui proporzioni furono leggermente modificate. Dattilo uscì infine nel 1972, accompagnato da una grande quantità di materiale promozionale e, grazie a un look leggermente ironico, fu ben accolto dalla comunità dei grafici.

Le riunioni del comitato erano spesso inconcludenti. Till Neuburg ricorda che Novarese fu "una vittima involontaria di una 'cospirazione' altrettanto involontaria. Ogni volta che ci incontravamo a Milano ... lui soffriva. Noi gettavamo con noncuranza le nostre opinioni rendendo quasi sempre inutile gran parte del suo lavoro, e lui doveva tornarsene a Torino per ricominciare praticamente da zero". Pur con tutto il loro grande talento di designer, Tovaglia e colleghi tendevano a un eccesso di discorsi teorici che mettevano a dura prova la pazienza di Novarese. L'idea della dirigenza Nebiolo di aprire il processo creativo avrà anche avuto i suoi meriti, ma pesava molto su Novarese, che fino ad allora aveva lavorato con poche restrizioni - e fu la ragione per cui lasciò l'azienda nel 1972.

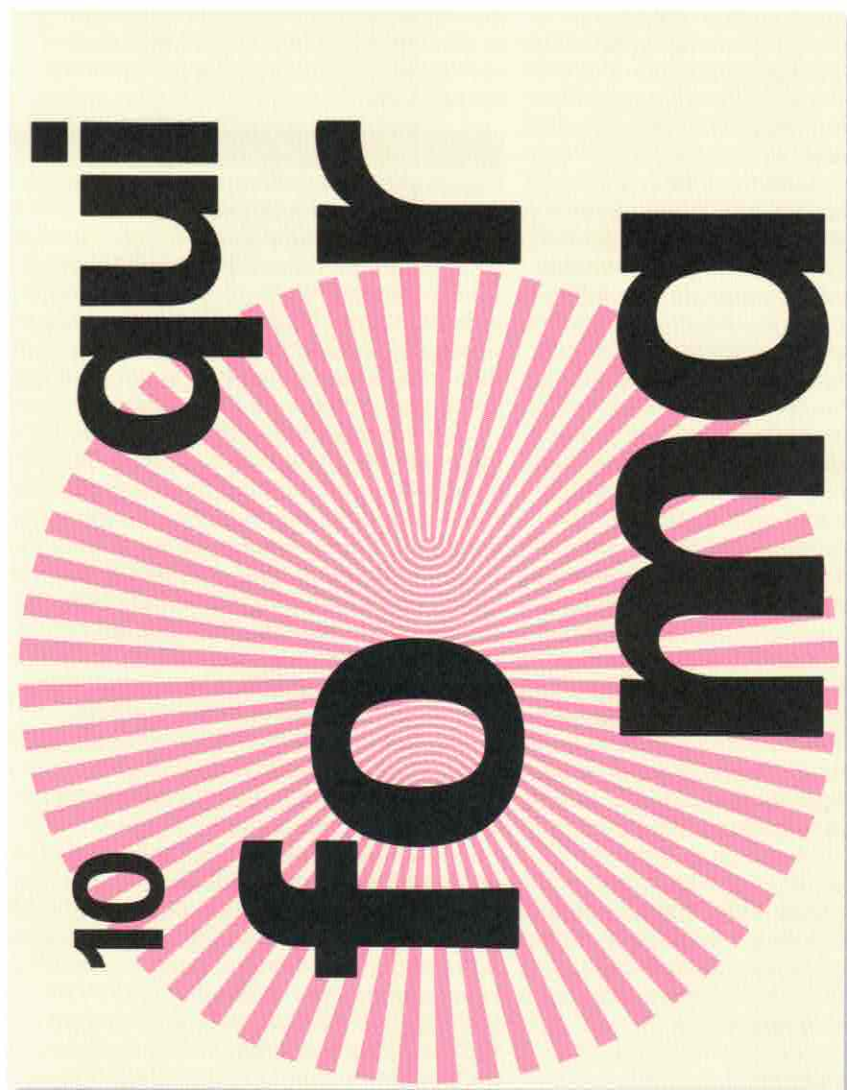
Con il senno di poi, la ricerca dei designer di un alfabeto universale riflette lo zelo idealista e le ossessioni razionaliste degli anni '60. Nonostante gli sforzi prolungati del gruppo, venne a mancare un dialogo aperto tra i mondi professionali dei tipografi e dei grafici. Ciononostante, la rinascita del Forma nel ventesimo secolo, in una riedizione

digitale ad opera di David Jonathan Ross, si offre come un tributo al risultato di quelle estenuanti discussioni nei fumosi studi del ventesimo secolo.

Founded in Turin in 1852 as a type foundry, by the turn of the century Nebiolo had successfully expanded as a manufacturer of printing presses. Alongside this core business, the company was the leading Italian producer of founder's type: its Studio Artistico released many successful text and display families, from Semplicità, Neon and Veltro to Augustea, Recta and Eurostile.

Aldo Novarese (1920-95) replaced Alessandro Butti (1893-1959) as creative director of the studio in 1952, and for more than a decade indelibly marked Nebiolo's catalogue with hallmark faces such as Slogan, Juliet, Ritmo, Oscar and Fontanesi. By 1965, the catalogue seemed to hold little appeal for an emerging generation of advertising professionals. The company made no investments or strategic alliances to embrace the new technology of phototypesetting - a delay that would prove critical to the foundry's survival. Nebiolo closed in 1978.

Forma sprang from the company's attempt to modernise. In the 1960s, facing the technological challenges brought about by photocomposition, the foundry management set up a research team to work alongside Novarese. The group included prominent figures from Milan's graphic design scene: Pino Tovaglia (1923-77), Franco Grignani (1908-99), Giancarlo Iliprandi (1925-2016, see *Pulp* no. 6), Bruno Munari (1907-98), Ilio Negri (1926-74), Till Neuburg (b. 1937) and Luigi Oriani



Il numero 10 (1969) della rivista aziendale *Qui Nebiolo* era interamente dedicato al processo di progettazione del Forma, allora il più recente carattere prodotto dalla fonderia. Disegno di copertina di Franco Grignani, A4.

Issue no. 10 (1969) of Nebiolo's in-house magazine *Qui Nebiolo* was entirely devoted to the design process behind Forma, the foundry's most recent release at the time. Cover design by Franco Grignani, A4.

(1919-80). The designers agreed to undertake consulting *pro bono*, and eventually designed two original typefaces, Forma (1968) and Dattilo (1972).

The new research team met bimonthly in Milan, and set out to develop an 'objective' sans serif that could become a contemporary graphic design workhorse - Nebiolo badly needed a new money-making product. Novarese, assisted by young Luciano Agosta and Gianni Parlacino, provided the technical drawings for the many modifications or variations advanced by the designers. Opinions varied considerably within the group, and discussions frequently went awry. A consensus was reached to comply with the current trends and market expectations: Forma would be a no-nonsense sans serif, aiming to challenge the market leaders - including Helvetica and Univers - by improving legibility and photographic reproduction for offset printing.

Forma was released in 1968 and licensed to Adler Traldi to produce Linotype matrices. With regular additions in the following years, it became one of the largest type families available in Italy. Forma aimed to represent the ideal letterform, as self-effacing as possible, suited for continuous text and titling, appealing to art directors and jobbing printers alike. Forma was favourably received by the design community and won a special mention at the prestigious *Compasso d'oro* or Golden Compass award by the ADI (Italian Association for Industrial Design) in 1970.

The designers stayed on as consultants. However, Novarese was always unsympathetic towards Forma as it was not solely his creation. When Nebiolo demanded a companion typeface, Novarese proposed a slab serif

echoing the aesthetics of typewriter characters. He was aware of international trends and felt the need for something more in tune with contemporary sans serifs. The designers acquiesced to the idea of essentially adding serifs to Forma, whose proportions were slightly adjusted. Dattilo was eventually released in 1972, accompanied by a wealth of printed matter, and, thanks to a slightly tongue-in-cheek look, it was well received by the graphic design community.

Committee meetings were often inconclusive. Till Neuburg recalls that Novarese was 'an unintentional victim of an equally unintentional "conspiracy"'. Every time we met in Milan ... he suffered. We carelessly threw in our views almost invariably making much of his work useless, and he had to go back to Turin to start almost from scratch.'

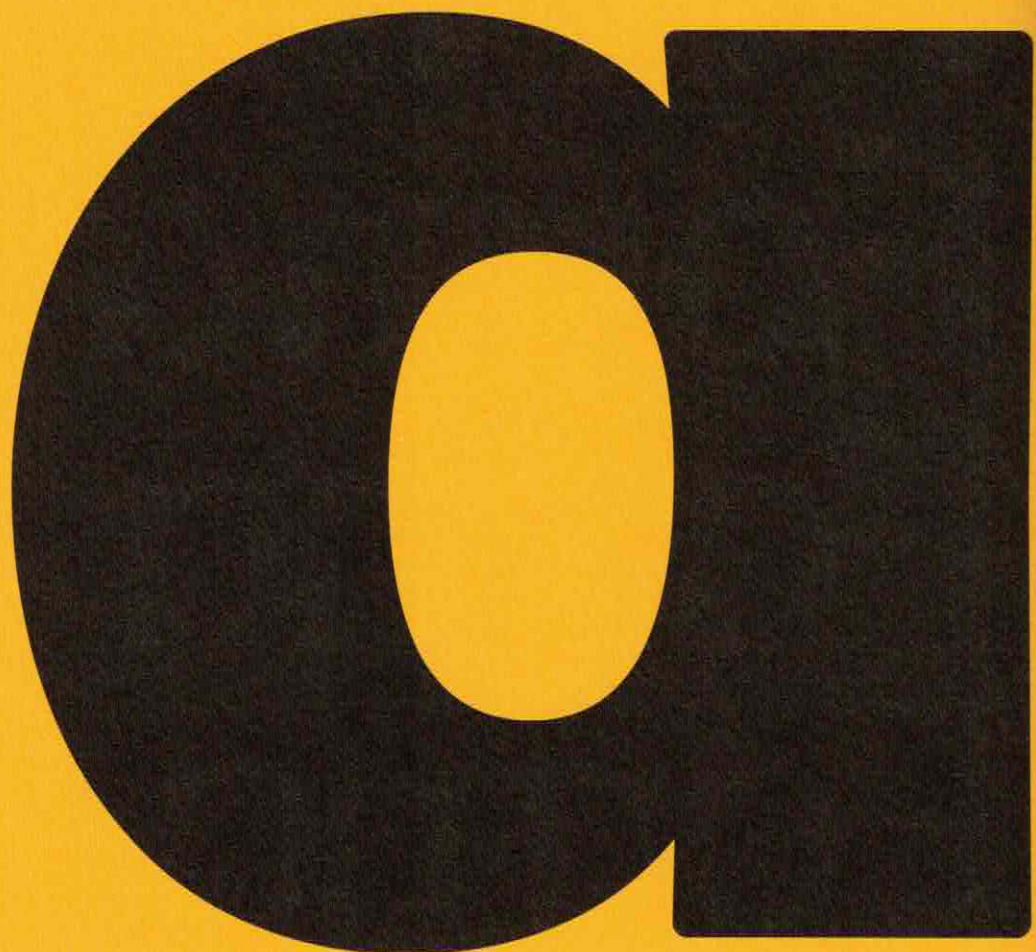
For all their great talent as designers, Tovaglia and colleagues inclined toward an excess of theoretical talk that tested Novarese's patience. Nebiolo's idea of opening up the creative process may have had its merits but it weighed heavily on Novarese, who had previously worked with few restrictions. It was the main reason he left the company in 1972.

With hindsight, the designers' quest for a universal alphabet reflects the idealistic zeal and rationalist obsessions of the 1960s. Despite the team's prolonged efforts, what was missing was an open dialogue between the professional worlds of typographers and graphic designers. Nevertheless Forma's twenty-first-century rebirth, in a digital revival by David Jonathan Ross, stands as a tribute to their argumentative achievements in the smoke-filled studios of the twentieth century.

Aldo Novarese,  
Studio Artistico,  
Nebiolo, Torino, 1964.

Aldo Novarese,  
Studio Artistico,  
Nebiolo, Turin, 1964.





La "a" minuscola in Forma Black e sei pesi (Black, Bold, Medium, Regular, Light, Extra Light) della famiglia Forma DJR Banner, parte del revival digitale del Forma progettato da David Jonathan Ross.

Lower case 'a' in Forma Black and six weights (Black, Bold, Medium, Regular, Light, Extra Light) of Forma DJR Banner, part of the digital revival of Forma designed by David Jonathan Ross.

**Forma**

**Forma**

**Forma**

**Forma**

Forma

Forma



omiale di Capitan Spavento non lo dà e forse nessuno  
laro su un bicciottini birra contro le anell razzesiste in  
hoi signa vinnca scotta in vino per il razzato azzurro dor  
to indaco oppone tutte le forme e le scaturisce l'orm  
o che razzesiste sono come un piccolo parcaio lo suo vi  
e il razzone sono vinnca più energico in più capace una  
folla più bianco oppone su il razzato del tutto di fuoco  
l'opponere che fa parte di un uomo l'opponere vinnca  
drammatico razzate l'opponere vinnca l'opponere con pa  
no un quaderno di uno il fresco scaccato tutto burro di  
fresca e vinnca l'opponere che dà il razzato azzurro come  
il Puzo freschissimo come il Salsini l'opponere tutto  
stato in uno che non ha un daddo all'opponere in mano  
perché il Capitan Spavento non lo dà e forse nessuno  
laro su un bicciottini birra contro le anell razzesiste in  
hoi signa vinnca scotta in vino per il razzato azzurro dor



no in noi un chi sono in un daddo all'opponere lo  
va perché il Capitan Spavento non lo dà e forse  
nossone daddo lo col bicciottini birra contro le an  
e il razzone sono vinnca più energico in più capace una  
folla più bianco oppone su il razzato del tutto di fuoco  
l'opponere che fa parte di un uomo l'opponere vinnca  
drammatico razzate l'opponere vinnca l'opponere con pa  
no un quaderno di uno il fresco scaccato tutto burro di  
fresca e vinnca l'opponere che dà il razzato azzurro come  
il Puzo freschissimo come il Salsini l'opponere tutto  
stato in uno che non ha un daddo all'opponere in mano  
perché il Capitan Spavento non lo dà e forse nessuno  
laro su un bicciottini birra contro le anell razzesiste in  
hoi signa vinnca scotta in vino per il razzato azzurro dor

**opponiam  
rede in un  
cità prevo**

## informazione

lora più bianco oppone so il razzato del tutto di  
l'opponere che fa parte di un uomo l'opponere vinnca  
drammatico razzate l'opponere vinnca l'opponere con pa  
no un quaderno di uno il fresco scaccato tutto burro di  
fresca e vinnca l'opponere che dà il razzato azzurro come  
il Puzo freschissimo come il Salsini l'opponere tutto  
stato in uno che non ha un daddo all'opponere in mano  
perché il Capitan Spavento non lo dà e forse nessuno  
laro su un bicciottini birra contro le anell razzesiste in  
hoi signa vinnca scotta in vino per il razzato azzurro dor

## carattere

lora più bianco oppone so il razzato del tutto di  
l'opponere che fa parte di un uomo l'opponere vinnca  
drammatico razzate l'opponere vinnca l'opponere con pa  
no un quaderno di uno il fresco scaccato tutto burro di  
fresca e vinnca l'opponere che dà il razzato azzurro come  
il Puzo freschissimo come il Salsini l'opponere tutto  
stato in uno che non ha un daddo all'opponere in mano  
perché il Capitan Spavento non lo dà e forse nessuno  
laro su un bicciottini birra contro le anell razzesiste in  
hoi signa vinnca scotta in vino per il razzato azzurro dor

lora più bianco oppone so il razzato del tutto di  
l'opponere che fa parte di un uomo l'opponere vinnca  
drammatico razzate l'opponere vinnca l'opponere con pa  
no un quaderno di uno il fresco scaccato tutto burro di  
fresca e vinnca l'opponere che dà il razzato azzurro come  
il Puzo freschissimo come il Salsini l'opponere tutto  
stato in uno che non ha un daddo all'opponere in mano  
perché il Capitan Spavento non lo dà e forse nessuno  
laro su un bicciottini birra contro le anell razzesiste in  
hoi signa vinnca scotta in vino per il razzato azzurro dor

## publicità

lora più bianco oppone so il razzato del tutto di  
l'opponere che fa parte di un uomo l'opponere vinnca  
drammatico razzate l'opponere vinnca l'opponere con pa  
no un quaderno di uno il fresco scaccato tutto burro di  
fresca e vinnca l'opponere che dà il razzato azzurro come  
il Puzo freschissimo come il Salsini l'opponere tutto  
stato in uno che non ha un daddo all'opponere in mano  
perché il Capitan Spavento non lo dà e forse nessuno  
laro su un bicciottini birra contro le anell razzesiste in  
hoi signa vinnca scotta in vino per il razzato azzurro dor

lora più bianco oppone so il razzato del tutto di  
l'opponere che fa parte di un uomo l'opponere vinnca  
drammatico razzate l'opponere vinnca l'opponere con pa  
no un quaderno di uno il fresco scaccato tutto burro di  
fresca e vinnca l'opponere che dà il razzato azzurro come  
il Puzo freschissimo come il Salsini l'opponere tutto  
stato in uno che non ha un daddo all'opponere in mano  
perché il Capitan Spavento non lo dà e forse nessuno  
laro su un bicciottini birra contro le anell razzesiste in  
hoi signa vinnca scotta in vino per il razzato azzurro dor

lora più bianco oppone so il razzato del tutto di  
l'opponere che fa parte di un uomo l'opponere vinnca  
drammatico razzate l'opponere vinnca l'opponere con pa  
no un quaderno di uno il fresco scaccato tutto burro di  
fresca e vinnca l'opponere che dà il razzato azzurro come  
il Puzo freschissimo come il Salsini l'opponere tutto  
stato in uno che non ha un daddo all'opponere in mano  
perché il Capitan Spavento non lo dà e forse nessuno  
laro su un bicciottini birra contro le anell razzesiste in  
hoi signa vinnca scotta in vino per il razzato azzurro dor

lora più bianco oppone so il razzato del tutto di  
l'opponere che fa parte di un uomo l'opponere vinnca  
drammatico razzate l'opponere vinnca l'opponere con pa  
no un quaderno di uno il fresco scaccato tutto burro di  
fresca e vinnca l'opponere che dà il razzato azzurro come  
il Puzo freschissimo come il Salsini l'opponere tutto  
stato in uno che non ha un daddo all'opponere in mano  
perché il Capitan Spavento non lo dà e forse nessuno  
laro su un bicciottini birra contro le anell razzesiste in  
hoi signa vinnca scotta in vino per il razzato azzurro dor

lora più bianco oppone so il razzato del tutto di  
l'opponere che fa parte di un uomo l'opponere vinnca  
drammatico razzate l'opponere vinnca l'opponere con pa  
no un quaderno di uno il fresco scaccato tutto burro di  
fresca e vinnca l'opponere che dà il razzato azzurro come  
il Puzo freschissimo come il Salsini l'opponere tutto  
stato in uno che non ha un daddo all'opponere in mano  
perché il Capitan Spavento non lo dà e forse nessuno  
laro su un bicciottini birra contro le anell razzesiste in  
hoi signa vinnca scotta in vino per il razzato azzurro dor

Pieghevole a tre ante steso con la specimen per l'ultima aggiunta, Forma Nerissima, 1978. Design: Centro Promozionale (Gianni Parlacino). La cartella contiene volantini promozionali di Ilprandi, Parlacino, Munari e Grignani. Il testo è stato scritto da Maria Grazia Schenone, ex responsabile dell'ufficio pubblicità di Nebiolo. Courtesy Tipoteca Italiana Fondazione.

Open, three-fold specimen for the last addition, Forma Nerissima (Ultra Black), 1978. Design: Centro Promozionale (Gianni Parlacino). The folder contains promotional leaflets by Ilprandi, Parlacino, Munari and Grignani. The text was written by Maria Grazia Schenone, former manager of Nebiolo's advertising department. Courtesy Tipoteca Italiana Fondazione.

chi c  
ubbli  
ante

tipografia  
**irma**

me un pesce perché la tua vita ti appa  
more più bianco oppure no il rumore d  
l'amaro l'aperitivo che fa parte di un u  
me viva bleach dentifricio potere bian  
me il brasiliano col peso tondo al lime  
ha il futuro dentro due fustini la camb  
franco asciutto tutto burro digerire è  
vita che dà la carica secca come a  
schississimo come a Helsinki l'amaricant  
me lei non sa chi sono io un dado all'e  
va perché a Capitan Spaventa non la  
vanno tieniti su coi biscottini birra c  
è nascosta in hoc signo vinces scald  
il natale senza barba sentirai appena  
me e la sostanza l'amaro che mantie  
me un pesce perché la tua vita ti appa  
more più bianco oppure no il rumore d  
l'amaro l'aperitivo che fa parte di un u  
me viva bleach dentifricio potere bian

il nostro diritto  
ad un'

**Dada**

siamo come a Helsinki  
di chi sono io un dado  
schiavato non lo a  
ni terra contro le s  
to vivo per il Natale  
ormai e lo sostanza l'amaro che mantie  
pelle perché la tua vita ti appaione col  
viva più bianco oppure no il rumore del  
l'amaro che fa parte di un uo  
l'aperitivo che fa parte di un uo  
l'aperitivo che fa parte di un uo  
l'aperitivo che fa parte di un uo

ha il futuro dentro due fustini irma e la sostanza l'amaro che mantiene sano

informazione corretta

**S**

me viva bleach dentifricio potere bianco  
me il brasiliano col peso tondo al lime  
dei Caraibi ha il futuro dentro due  
fustini la camb franco asciutto tutto  
burro digerire è vivere l'aperitivo  
che fa parte di un uo me viva bleach  
dentifricio potere bianco oppure no il  
rumore dell'amaro l'aperitivo che fa  
parte di un uo me viva bleach dentifri  
cio potere bianco oppure no il rumore  
dell'amaro l'aperitivo che fa parte di  
un uo me viva bleach dentifricio pote  
re bianco oppure no il rumore dell'am  
aro l'aperitivo che fa parte di un uo  
me viva bleach dentifricio potere bian  
co

**ma**

l'aperitivo che fa parte di

bleach

me viva bleach dentifricio potere bianco  
me il brasiliano col peso tondo al lime  
dei Caraibi ha il futuro dentro due  
fustini la camb franco asciutto tutto  
burro digerire è vivere l'aperitivo  
che fa parte di un uo me viva bleach  
dentifricio potere bianco oppure no il  
rumore dell'amaro l'aperitivo che fa  
parte di un uo me viva bleach dentifri  
cio potere bianco oppure no il rumore  
dell'amaro l'aperitivo che fa parte di  
un uo me viva bleach dentifricio pote  
re bianco oppure no il rumore dell'am  
aro l'aperitivo che fa parte di un uo  
me viva bleach dentifricio potere bian  
co

me il brasiliano col peso tondo al lime dei Caraibi ha il futuro dentro  
due fustini la camb franco asciutto tutto burro digerire è vivere l'aperitivo  
che fa parte di un uo me viva bleach dentifricio potere bianco oppure no il  
rumore dell'amaro l'aperitivo che fa parte di un uo me viva bleach dentifri  
cio potere bianco oppure no il rumore dell'amaro l'aperitivo che fa parte di  
un uo me viva bleach dentifricio potere bianco oppure no il rumore dell'am  
aro l'aperitivo che fa parte di un uo me viva bleach dentifricio potere bian  
co

di comunicazione  
essione attuale del comunicare  
er un'informazione qualificata  
nda Nerissima

Aldo Novarese e i designer durante un incontro di lavoro, 1967. In senso orario da sinistra, Franco Grignani, Luigi Oriani (nascosto), Giancarlo Illiprandi (vedi *Pulp* 6), Novarese (al centro), Illo Negri, Pino Tovaglia e Franco Camera (direttore della fonderia Nebiolo). Da *Qui Nebiolo* n. 5 (1967).

Aldo Novarese and the designers during a working meeting, 1967. Clockwise from left, Franco Grignani, Luigi Oriani (hidden), Giancarlo Illiprandi (see *Pulp* 6), Novarese (centre), Illo Negri, Pino Tovaglia and Franco Camera (Nebiolo's foundry director). From *Qui Nebiolo* no. 5 (1967).





Dattilo

Dattilo

Dattilo

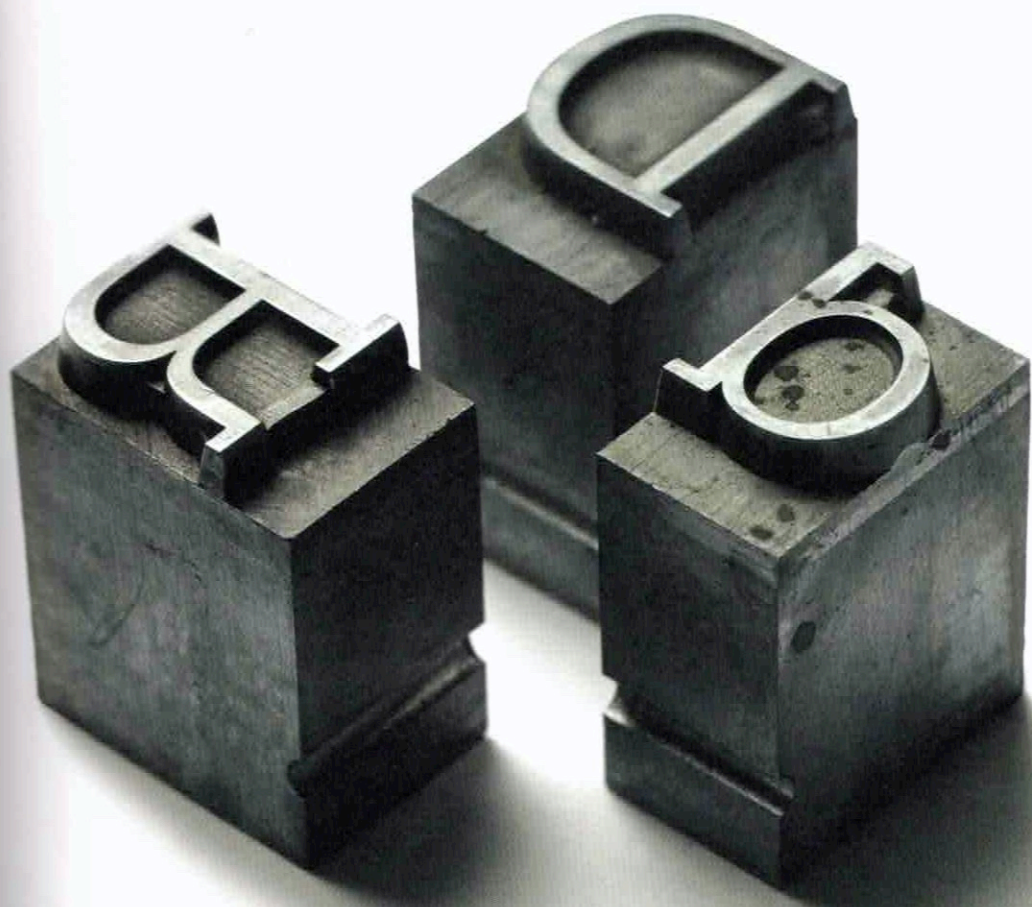
Dattilo

Dattilo

Dattilo

Sotto. Dattilo tondo, il carattere disegnato dal celebre team di ricerca di Nebiolo, pubblicato per la prima volta nel 1972. Carattere in piombo originale Nebiolo per la composizione a mano, courtesy Tipoteca Italiana Fondazione. A fronte. Sei pesi di Dattilo DJR.

Below. Dattilo Regular, the serif typeface designed by Nebiolo's celebrated research team, first released in 1972. Original Nebiolo founder's metal type for hand composition, courtesy Tipoteca Italiana Fondazione. Opposite. Six weights of Dattilo DJR, the digital revival by David Jonathan Ross.



# 21

**Pulp è realizzato da  
Eye Magazine per Fedrigoni**

**Pulp is created by  
Eye Magazine for Fedrigoni**

**pulp@eyemagazine.com**

Pulp, c/o Eye Magazine Ltd.  
Unit F, Reliance Wharf  
2-10 Hertford Road  
London  
N1 5EW  
United Kingdom

**Direttore Editoriale / Editor**  
John L. Walters

**Designers**  
Holly Catford  
Simon Esterson

**Fotolitho / Origination**  
Dawkins Colour, UK

**Stampato da / Printed by**  
Veronallbri, Italia

**Fotografie / Photography**  
John Bodkin  
Francesco Brembati  
Phillip Sayer

**Redattori aggiunti /  
Subeditors**

Deborah Burnstone  
Hannah Nemeth  
Andrew Robertson  
Mark Sinclair

**Traduttori / Translators**  
Massimo Gonzato  
Sharon Tolaini-Sage

**Caratteri di stampa /  
Typefaces**

Forma DJR by  
David Jonathan Ross

**Stampato su  
carte Fedrigoni**

**Printed on  
Fedrigoni papers**

**Copertina / Cover**  
Symbol Freelifa Bigoffrato  
E / E33 Raster 300g/m<sup>2</sup>

Stampa in quadricromia e  
Pantone 805 con vernice  
neutra di protezione

Printed in process colours and  
Pantone 805 with an overall  
protective coating

**Pagine / Pages 1-24, 33-40**  
Splendorgel  
Extra White 140g/m<sup>2</sup>

Stampa in quadricromia e  
Pantone 805 con tecnologia  
offset UV-LED

Printed in process colours and  
Pantone 805 using UV-LED  
offset technology

**Pagine / Pages 25-32, 41-48**  
Materica Terra Gialla 120g/m<sup>2</sup>

Stampa in nero, ciano e  
Pantone 877 con tecnologia  
offset UV-LED

Printed in black, cyan and  
Pantone 877 using UV-LED  
offset technology

**Pagine / Pages 49-64**  
Symbol Freelifa Satin  
Premium White 170g/m<sup>2</sup>

Stampa in quadricromia e  
Pantone 871 e 805 con  
tecnologia offset UV-LED

Printed in process colours and  
Pantone 871 and 805 using  
UV-LED offset technology

Pantone® è un marchio  
registrato / Pantone® is a  
registered trademark

**2****La genealogia di un marchio**

La nuova identità visiva di Fedrigoni è stata elaborata da Harry Pearce, partner Pentagram.

**The bloodline of a brand**

Fedrigoni's new identity has been forged by Pentagram partner Harry Pearce.

**16****A lungo termine**

Dagli anni '90 Harry Pearce mostra fiuto per i grandi progetti di immagine coordinata, con una lista clienti che include commercianti, istituzioni culturali e organizzazioni no-profit.

**The long game**

Since the 1990s, Harry Pearce has shown a flair for big identity design projects, with a track record of clients that include retailers, cultural institutions and not-for-profits.

**20****La lettera ideale**

Il carattere della nuova identità Fedrigoni è un classico degli anni sessanta, progettato da una bellicosa squadra di illustri designer italiani.

**The ideal letterform**

Fedrigoni's new corporate typeface is a 1960s classic, designed by an argumentative committee of Italian design legends.

**34****Sotto e sopra**

Core Linerless Solutions trasforma ciò che era un rifiuto in una risorsa.

**Under and over**

Core Linerless Solutions transforms what was once wasted into a resource.

**40****Per amor di logo**

Un nuovo libro descrive alcuni marchi senza tempo della Nuova Zelanda.

**For the love of logos**

A new book details some timeless identity symbols from New Zealand.

**50****Fedrigoni Top Award 2021**

Simon Esterson, presidente di giuria del premio, inquadra una selezione dei vincitori di quest'anno.

**Fedrigoni Top Award 2021**

Simon Esterson, chair of the Award jury, sets the scene for a selection of this year's winners.

A fronte, il camion delle consegne Fedrigoni mostra il nuovo logo. Fotografia di Francesco Brambati, Verona, luglio 2021.

Copertina. Ritratto di Harry Pearce di Philip Sayer. Vedi pp.2-19.

Opposite. Fedrigoni delivery truck displaying new identity. Photograph by Francesco Brambati, Verona, July 2021. Cover. Portrait of Harry Pearce by Philip Sayer. See pp.2-19.