

Premiati all'ADI Design Museum di Milano le migliori creazioni internazionali di designer, editori, brand e stampatori con carte e materiali autoadesivi Fedrigoni, Fabriano e Manter

Fedrigoni Top Award 2021, ecco i vincitori

Le 50 opere più interessanti, esposte per due giorni al museo, si possono apprezzare in un tour virtuale sul sito dedicato, una digital experience immersiva che darà accesso anche a contenuti inediti e permetterà di riascoltare i "confronti" tra esperti internazionali che hanno animato la premiazione, dibattendo i temi caldi della grafica e del design

Milano, 2 luglio 2021 – Disegni suggestivi di lupi di mare per la celeberrima colatura di alici, "archivi" di bustine da tè, cioccolati in astuccio, preziose etichette per vini, gin e birra, arditi giochi tipografici e soluzioni creative attraverso il fuoco, raffinate immagini aziendali coordinate. Ci sono intuizione, arte, mestiere, innovazione, ma anche la carta o l'etichetta giusta, dietro i vincitori della dodicesima edizione del Fedrigoni Top Award 2021, proclamati ieri pomeriggio durante una cerimonia-convegno all'ADI Design Museum Compasso d'Oro di Milano, dove per due giorni (2 e 3 luglio) saranno anche esposti i 50 lavori migliori tra gli oltre 1.100 sottoposti al vaglio della giuria internazionale.

I finalisti - designer, stampatori, editori, brand - provengono da Brasile, Cina, Portogallo, Spagna, Francia, Gran Bretagna, Germania, Repubblica Ceca e Italia, e tutti hanno utilizzato carte speciali a marchio Fedrigoni e Fabriano o materiali autoadesivi per etichette Manter, stampati con qualsiasi tecnica, per dare vita alle proposte che sono state valutate in relazione all'originalità del progetto grafico, alla funzionalità, all'accuratezza di esecuzione e all'uso appropriato.

Quattro le categorie premiate. Nel Publishing si è classificato al primo posto "No One can Fail - Écrire son Nom (Upo 3)" (Le Havre, Francia), seguito da "Moholy / Nagy and the New Typography" (Mainz, Germania) e "Phoenix Art from the Artist Xue Song" (Shanghai, Cina); menzione speciale a "L'Architecture des Arbres" (Parigi, Francia). Nella Corporate Identity, il primo premio è andato a "Big Kitchen" (Lisbona, Portogallo), il secondo e il terzo a "Book Key Cucine" (Verona, Italia) e "Golden Moments" (Leeds, Gran Bretagna).

Nella categoria Labels si sono imposti, nell'ordine, "La Lepre e la Luna" (Montecassiano, Italia), "No Man's Space / Capricorn Vermouth Dry & Eclipse Gin" (Spoltore, Italia) e "Buche & Gran Buche" (Barcellona, Spagna). Infine il Packaging, dove ha prevalso "Armatore, lo Zingaro del Mare" (Salerno, Italia) - che ha vinto anche, nella sua categoria, il riconoscimento per le migliori proposte con tecnologia a stampa digitale HP Indigo® - seguito da "Basao Gongfu Teabag Series Packaging - Archive Box" (Xiamen, Cina) e "Jordi's Chocolate" (Hradec Kr, Repubblica Ceca).

Tra i premiati da HP Indigo®, patrocinatore della manifestazione insieme a Fedrigoni, sono rientrati anche "Tupigrafia Magazine Issue #12" (San Paolo, Brasile) per il Publishing e ben tre realizzazioni legate al mondo delle etichette, che quest'anno ha fatto la parte del leone con un terzo dei lavori pervenuti, a conferma di un segmento in forte espansione in cui Fedrigoni è al primo posto in Europa. Si tratta di "Album di Famiglia / Last Colony Gin" (Spoltore, Italia), "Birrificio sul mare" (Camaiole, Italia) e "Quinta dos Montes - Parcela Nº5" (Covas do Douro, Portogallo). Né va dimenticato il più votato online dalla community di appassionati e operatori: "ITsocase", nella categoria Packaging, realizzato da l'M comunicazione per Teorema Mediterraneo.



I vincitori sono stati inseriti in un catalogo internazionale che verrà distribuito in tutto il mondo e sono stati esposti per due giorni all'ADI Design Museum, recentemente inaugurato a Milano, insieme a un'altra trentina di lavori che la giuria ha giudicato meritevoli, innovativi e capaci di ispirare: chi non ha potuto prenotarsi per la visita, a causa degli accessi ridotti dalle misure anti-Covid, ha a disposizione un tour virtuale sul sito <https://live.fedrigonitopaward.com/>, una digital experience immersiva e personalizzata che ripropone e amplia il piacere dell'esperienza live attraverso ulteriori contenuti multimediali come video e interviste ad hoc.

Sempre online, collegandosi allo stesso link, è possibile rivedere la cerimonia di premiazione, che è stata occasione per dibattere e approfondire alcuni dei temi più caldi legati alla grafica e al design, in brevi "confronti" moderati da **Chiara Medioli Fedrigoni**, Chief Sustainability & Communication Officer di Fedrigoni. Dopo il saluto di **Marco Nespolo**, Amministratore Delegato di Fedrigoni, si sono infatti succeduti gli interventi di nomi ben noti nel settore: **Juan Mantilla** (Global Head of Creativity di KIKO) sul packaging; di **Roger Botti** (Direttore Generale e Creativo di Robilant Associati) sulle etichette; di **Simon Esterson** (Presidente della giuria e Art Director di Eye Magazine e di Pulp) e **Martina Corradi** (Marketing Manager per HP Indigo®) sulla stampa digitale; di **Silvana Amato** (docente ed esperta di grafica editoriale) e **Frank Goerhardt** (Global Publishing Director di Taschen) sull'editoria; di Simon Esterson sulla corporate identity. Tutti hanno fatto parte della giuria internazionale che ha valutato le candidature, insieme a **Min Wang**, docente alla China Central Academy of Fine Arts, e **Ivan Bell**, di Stranger & Stranger, esperto mondiale di etichette per il settore spirits.

"Non è esagerato dire che siamo di fronte all'eccellenza: a ogni edizione il livello qualitativo, tecnico e artistico dei progetti che la giuria è chiamata a valutare cresce in maniera esponenziale, segno di un settore comunque in grande fermento - commenta **Marco Nespolo**, Amministratore Delegato di Gruppo Fedrigoni -. Poter vedere così tante realizzazioni di qualità tutte insieme permette di capire meglio cosa sta accadendo nel mondo della grafica e del design, quale direzione si sta prendendo, e trarne ispirazione. Quanto a noi, siamo orgogliosi di contribuire alla realizzazione di opere capaci di fondere cultura, sperimentazione, creatività e nuove tecnologie, riaffermando il ruolo della carta e delle etichette come strumenti di design".

Fedrigoni

Dal 1888 Fedrigoni significa eccellenza nella produzione di carte speciali. È tra i maggiori player in Europa nella produzione e vendita di diverse tipologie di carta ad alto valore aggiunto per packaging e grafica, di prodotti premium per l'etichettatura e altri materiali autoadesivi. Con oltre 4.000 dipendenti tra Italia e sedi estere e 25.000 prodotti, il Gruppo vende e distribuisce in oltre 130 Paesi e, anche grazie alle recenti acquisizioni, ha guadagnato la posizione di terzo player globale nel mondo dei materiali autoadesivi. Fanno parte della divisione Paper il Gruppo Cordenons e lo storico marchio Fabriano, e della divisione Self-Adhesives, Arconvert, Manter, Ritrama (da febbraio 2020), IP Venus (da dicembre 2020), Acucote e Ri-Mark (da giugno 2021). Inoltre, fa parte del Gruppo anche il distributore americano GPA. Per maggiori informazioni: www.fedrigoni.com

Per ulteriori informazioni alla stampa: Stefania Vicentini, +39 335 5613180, sv@dicomunicazione.it

