



# ge. M.



# lettre du PDG

C'est avec fierté que je m'adresse à vous, chers lecteurs et lectrices, pour vous présenter le premier numéro de « GE.M Magazine », un nouveau projet éditorial consacré au groupe Genoud/Musumeci. Cette revue incarne l'union de nos deux entreprises, situées respectivement en Suisse et en Italie, opérant dans les domaines de la culture, de l'art et du luxe. Le beau, la créativité et l'innovation ont toujours été des valeurs centrales pour notre groupe, en quête perpétuelle de la plus haute qualité, ainsi que d'une plus grande ouverture sur les nouveaux marchés internationaux. Ces défis importants nous ont progressivement amenés à investir considérablement dans la recherche de technologies et de matériaux d'excellence, sans jamais négliger l'impact environnemental et organisationnel de chaque acteur de la filière, de la production à la distribution.

C'est avec beaucoup d'enthousiasme que nous avons ainsi réussi à transformer deux entreprises, renommées et reconnues dans le monde de l'imprimerie pour le prestige de leurs éditions papier, en une nouvelle entité.

Cela nous permet aujourd'hui de compléter notre offre par des services tels que le développement de prototypes, de projets graphiques et de produits papier, la production de packaging et de coffrets. À cela, nous ajoutons la réalisation de photos créatives et de produits, la conception de rendus 3D ainsi que de compositions vidéo. Enfin, notre programme « Expert » garantit aux clients une production très haut de gamme, en privilégiant une approche locale même dans le cas de projets destinés au marché mondial.

Ce premier numéro de notre magazine, qui ouvre une fenêtre sur notre univers et sur nos principes, se veut une invitation à apprécier la valeur intemporelle du papier. Bonne lecture !

*Michele Biza*

*Président & PDG  
Genoud Arts graphiques – Musumeci S.p.A.*

È con orgoglio che presento a voi lettori il primo numero di “GE.M Magazine”, nuovo progetto editoriale dedicato al gruppo Genoud/Musumeci, unione delle nostre due aziende situate rispettivamente nei territori della Svizzera e dell'Italia, operanti nel settore della cultura, dell'arte e del lusso.

Bellezza, espressività e innovazione sono, da sempre, valori centrali per l'attività del nostro gruppo, alla costante ricerca di una elevata qualità e meticolosa cura dei dettagli, oltre a una maggiore apertura nei confronti di nuovi mercati internazionali. Importanti sfide che ci hanno portato, via via, a sviluppare significativi investimenti nella ricerca di tecnologie e materiali d'eccellenza, senza mai trascurare l'impatto ambientale e organizzativo di ciascun protagonista della filiera, dalla produzione alla distribuzione.

Con grande entusiasmo siamo, quindi, riusciti a trasformare due aziende, principalmente rinomate e conosciute nel mondo della stampa per l'alta qualità dei loro prodotti editoriali cartacei, in una grande realtà che affianca anche servizi di prototipaggio, sviluppo di progetti grafici e cartotecnici, produzione di packaging e cofanetti, servizi premedia quali foto, 3D e video, e infine Expert, programma che garantisce ai clienti una produzione di altissima qualità, privilegiando un approccio locale anche nei casi di progetti con destinazione globale.

Questo primo numero del nostro magazine è una finestra sul nostro mondo e sui nostri principi e un invito ad apprezzare il valore senza tempo della carta.

Buona lettura!







GE.M Magazine  
Année 1 / Numéro 1

**PUBLIÉ ET IMPRIMÉ PAR**

**genoud**

GENOUD ENTREPRISE D'ARTS GRAPHIQUES SA  
CHEMIN DE BUDRON D4  
1052 LE MONT-SUR-LAUSANNE, SUISSE  
GENOUDSA.CH

**Musumeci**   
*Printing Atelier since 1837*

MUSUMECI S.P.A  
VILLAGGIO AMERIQUE, 97  
11020 VILLAIR-AMERIQUE, AOSTA, ITALIA  
MUSUMECISPA.IT



Ce produit est fabriqué avec des matériaux provenant de forêts certifiées et bien gérées FSC® et d'autres sources contrôlées.



Scanner pour  
la version digitale

Inquadra  
per la versione digitale

**CONCEPT CRÉATIF ET ÉDITORIAL, EXÉCUTION**

**world  
wide  
excellence**

WORLD WIDE EXCELLENCE OF MEDIA PLACE  
VIA DELLA MOSCOVA, 6/8 - 20121 MILANO, ITALIA  
WORLDWIDEXCELLENCE.COM  
INFO@WORLDWIDEXCELLENCE.COM

ge.  
M.

## PRACTICES

- 6** La société du futur  
La società del futuro
  
- 12** L'avenir de l'imprimerie  
placé sous le signe du vert  
Il futuro verde della stampa
  
- 48** Le temps de s'émouvoir  
Il tempo di emozionarsi
  
- 76** Love Letters
  
- 82** L'art d'emballer  
L'arte di imballare
  
- 88** Du magazine au branding  
Da magazine a brand



# sommaire

Sommario

## PROJECTS

- 26** Hommage aux arts  
Omaggio alle arti
- 40** Moments précieux  
Momenti preziosi
- 54** Capturer l'esprit de l'art  
Catturare l'anima dell'arte
- 60** La GAMeC

## PEOPLE

- 20** Penser mondial, agir local  
Pensare globalmente,  
agire localmente
- 32** La culture du vin  
La cultura del vino
- 96** Thinking outside the box



## PHOTOS

**66**

# LA SOCIÉTÉ





A woman with curly hair is looking at a tablet in a field of crops. The background shows a vast field of green plants under a clear sky. The woman is in the foreground, slightly out of focus, looking down at the tablet. The field extends to the horizon.

# DU FUTUR

La società del futuro

Federica Mascetti

Making a sustainable future, today



## Développement durable: le mot d'ordre pour garantir le succès des entreprises

O

n pense souvent à la façon dont une entreprise peut se transformer dans l'avenir, aux changements et améliorations à mettre en œuvre et aux nouveaux objectifs à poursuivre.

Mais comment devrait-elle réellement être, cette société idéale? Existe-t-il des critères spécifiques à identifier (et

à remplir) pour offrir à son entreprise une image et une structure équilibrées à tous les niveaux?

L'un des paramètres essentiels sur lesquels se concentrer est bien sûr le développement durable, un élément à intégrer dans la culture d'entreprise, au niveau environnemental, mais aussi social. Mais qu'est-ce que cela signifie vraiment parler de durabilité environnementale au sein d'une organisation?

Le principal enjeu est d'amorcer un changement de perspective sur le plan de la croissance économique. En effet, jusqu'à il y a peu, l'évolution était linéaire; aujourd'hui, la meilleure direction à adopter est circulaire, de façon à réduire significativement son empreinte vis-à-vis de l'environnement et de ses différentes

## Sostenibilità come parola d'ordine per il successo aziendale

Si pensa spesso a come un'azienda possa trasformarsi nel futuro, quali i cambiamenti e le migliorie da attuare, che soluzioni implementare e quali nuovi obiettivi raggiungere.

Ma come dovrebbe essere, davvero, una società ideale? Esistono criteri specifici da ricercare – e soddisfare – per restituire alla propria realtà un'immagine e una struttura equilibrata in ogni suo aspetto?

Sicuramente uno dei parametri fondamentali a cui rivolgere la propria attenzione è la sostenibilità, elemento da integrare nella cultura aziendale, sia in termini ambientali, sia, ovviamente, sociali.

Ma che cosa significa davvero parlare di sostenibilità ambientale in un sistema aziendale?

L'obiettivo principale è l'attuazione di un cambiamento di prospettiva a livello di crescita economica; se, infatti, fino a qualche tempo fa l'andamento si muoveva in senso lineare, oggi la direzione migliore da adottare è quella circolare, a favore di una riduzione significativa della propria impronta nei confronti dell'ambiente e delle sue diverse specificità.

Un invito, quindi, a impegnarsi nel monitoraggio dei gas e delle loro emissioni, nell'utilizzo dell'acqua, nella scelta e smaltimento



spécificités. Il s'agit donc d'une invitation à s'engager à surveiller les émissions de gaz à effet de serre, la consommation d'eau, le choix des matériaux et les déchets générés et la préservation de la biodiversité, à travers la réalisation et l'intégration de plans et de modèles capables de contribuer à la construction d'un futur meilleur pour nous et pour notre planète.

S'il convient de prêter attention à l'environnement naturel dans lequel nous vivons/évoluons, il est également primordial, pour permettre à la société d'être réellement durable, de tenir compte de l'environnement en termes de protection et de respect des individus qui travaillent.

C'est à ce stade que le thème de la durabilité humaine, ou sociale, entre en scène, en contribuant le plus possible à la construction d'un milieu de travail favorable, dans lequel on veille, par exemple, à un bon équilibre vie personnelle / vie professionnelle, où on met en place des actions qui engagent les collaborateurs et qui sont destinées à leur bien-être. Une équipe pleinement satisfaite et engagée qui s'identifie aux valeurs de l'entreprise sera désireuse de participer activement à sa croissance et constitue le véritable moteur de toute activité.

dei materiali e nella gestione della biodiversità, attraverso la realizzazione e integrazione di piani e modelli che possano contribuire alla costruzione di un futuro migliore per noi e il nostro pianeta. Un'attenzione nei confronti del contesto naturale in cui ci troviamo che, allo stesso tempo, per garantire all'azienda di essere veramente sostenibile, deve anche tener conto delle persone che vi lavorano, in termini di tutela e rispetto individuale. È in questo frangente che entra in gioco la tematica della sostenibilità umana, o sociale, contribuendo il più possibile alla costruzione di un ambiente lavorativo favorevole, dove, per esempio, venga osservata l'importanza di un corretto equilibrio tra vita privata e professionale o, ancora, siano istituite iniziative volte al benessere dei collaboratori. Un team pienamente soddisfatto e fidelizzato è, infatti, il vero motore trainante di qualsiasi attività, desideroso di partecipare attivamente alla crescita dell'azienda che ne riconosce pienamente i valori.

A supportare le aziende nello studio delle loro potenzialità sono realtà che si occupano di valutare e analizzare il proprio livello di sostenibilità a 360°, secondo un attento processo atto a misurare le componenti sociali, organizzative e ambientali; il risultato

# ... un changement de perspective

Pour soutenir les entreprises dans l'étude de leur potentiel, il existe des sociétés spécialisées dans l'évaluation et l'analyse du niveau de durabilité à 360°, selon un processus rigoureux consistant à mesurer les éléments sociaux, organisationnels et environnementaux; cela débouche sur une photographie de l'entreprise qui fait l'objet d'un rapport interne, constituant le point de départ pour concevoir un plan de développement durable spécifique en fonction des exigences, des besoins et des caractéristiques de l'entreprise concernée.

C'est le modus operandi qui a caractérisé le projet de l'Université Milan-Bicocca et de son partenaire technique Liito, qui ont collaboré pour réaliser le rapport analytique de la société Musumeci. Cet audit marque la première étape dans la création d'un important plan de développement durable, en vue de maîtriser les clés, les modalités et les compétences pour opérer de façon plus pérenne dans tous les aspects qui composent l'entreprise. L'approche utilisée est axée sur la formation dans l'optique de sensibiliser et d'éduquer les mentalités. Elle aborde le monde du développement durable comme un élément faisant partie intégrante de la culture de l'entreprise, en apprenant à reconnaître les capacités de développement de nouvelles idées et solutions dans cette thématique.

Une équipe d'excellence à laquelle confier son futur, qui reconnaît l'importance de l'Université Milan-Bicocca, une référence dans le domaine de l'innovation et du développement social, économique et civil, symbole du processus de transformation urbaine de la ville de Milan. Le groupe de recherche, composé d'un pool d'experts, est coordonné et dirigé par le professeur Davide Diamantini, sociologue de l'environnement et du territoire qui a collaboré à de nombreux projets de la «Troisième Mission» de l'Université, consacrée à la mise en valeur et à la transmission de ses connaissances dans la définition des stratégies de développement durable et d'intervention à l'échelle locale.

Ces figures emblématiques sont soutenues par l'expertise de l'équipe multifonction de la société Liito qui, à partir du recueil de données scientifiques et qualitatives restituées sous forme de rapport, évalue le niveau de durabilité de l'établissement et réalise des plans personnalisés dans l'objectif d'offrir aux petites, moyennes et grandes entreprises un état des lieux et les compétences pour contribuer avec succès à l'enjeu d'un avenir résolument durable.





## *... un cambiamento di prospettiva*

è una accurata fotografia aziendale da presentare in un report interno, punto di partenza per l'ideazione di un piano di sostenibilità configurato ad hoc secondo esigenze, necessità e caratteristiche della realtà in questione.

Modus operandi che ha caratterizzato il progetto dell'Università degli Studi di Milano-Bicocca e del partner tecnico Liito che, insieme, hanno collaborato alla realizzazione del report analitico dell'azienda Musumeci, primo step per la definizione di un importante piano di sostenibilità, utile a comprendere chiavi, modalità e competenze per operare in maniera più sostenibile, in tutti gli aspetti dell'azienda. L'approccio utilizzato è di tipo formativo, nell'ottica di sensibilizzare ed educare le imprese che si confrontano con il tema della sostenibilità come elemento integrante della cultura aziendale. Insegnando, quindi, a riconoscere la propria attitudine nei confronti di questa tematica, sviluppando nuove idee e soluzioni.

Un'equipe d'eccellenza a cui affidare il futuro della propria realtà aziendale che riconosce l'importanza dell'Università degli Studi di Milano-Bicocca, riferimento nel campo dell'innovazione e dello sviluppo sociale, economico e civile e simbolo del processo di trasformazione urbana della città milanese. Il gruppo di ricerca, composto da un pool di esperti, è coordinato e diretto dal Professor Davide Diamantini, sociologo dell'ambiente e del territorio che ha collaborato a numerosi progetti della Terza Missione dell'Università, dedicata alla valorizzazione e al trasferimento delle proprie conoscenze nella definizione delle strategie di sviluppo sostenibile e di intervento su scala territoriale.

A questi professionisti si affianca l'expertise del team multidisciplinare della società Liito che, a partire dalla raccolta di dati scientifici e qualitativi elaborati sotto forma di report, valuta il livello di sostenibilità aziendale e realizza piani personalizzati con l'obiettivo di offrire alle piccole, medie e grandi aziende la giusta consapevolezza e le competenze per contribuire con successo alla sfida di un futuro altamente sostenibile.

# L'AVENIR de l'imprimerie placé sous le signe du vert

Costanza Romagnoli

# Ces dernières stockent en effet une quantité de CO<sub>2</sub> 2 à 5 fois supérieure

## Il futuro verde della stampa

À l'ère du numérique, l'imprimerie traditionnelle a dû faire face à de nombreux défis. Elle a non seulement su faire preuve de résilience, mais a également vécu une renaissance écologique grâce à l'impression durable. Le souci de l'environnement et la responsabilité sociale guident le changement de l'ensemble du secteur vers un avenir placé sous le signe du vert. Le groupe Genoud/Musumeci entend être un acteur principal de cette évolution.

Les procédés d'impression historiques ont longtemps eu un impact sur l'environnement, mais la prise de conscience croissante de l'importance du développement durable a conduit à une révolution au sein du secteur, basée sur des pratiques écologiques et innovantes visant à minimiser les conséquences environnementales.

Le choix des matériaux est essentiel. C'est la raison pour laquelle de nombreuses imprimeries utilisent aujourd'hui du papier issu de forêts durables, ce qui permet de rendre les produits neutres en CO<sub>2</sub>. Ces dernières stockent en effet une quantité de CO<sub>2</sub> 2 à 5 fois supérieure à une forêt ordinaire non certifiée. En outre, la dernière génération d'encre et les procédés d'impression de pointe réduisent considérablement le recours aux composés chimiques. De plus, les machines modernes font preuve d'un meilleur rendement énergétique. De nombreuses imprimeries ont également mis en place de nouvelles pratiques de gestion des ressources et réduit leur consommation globale, contribuant ainsi à diminuer leurs émissions de carbone. Le recours à des énergies renouvelables, la valorisation des déchets ainsi qu'un processus industriel certifié permettent aux produits ainsi fabriqués d'être neutres en CO<sub>2</sub>.

Aujourd'hui, la réflexion sur le développement durable va au-delà du processus d'impression proprement dit et s'étend

Nell'era digitale, la stampa tradizionale ha dovuto affrontare sfide significative. Tuttavia, questa industria non ha solo dimostrato resilienza, ma sta anche sperimentando una rinascita ecologica attraverso la stampa sostenibile. L'accento sull'ambiente e la responsabilità sociale guidano il cambiamento di un intero settore verso un futuro green e il gruppo Genoud/Musumeci è protagonista di questa evoluzione.

I processi di stampa del passato sono stati caratterizzati da un significativo impatto ambientale, tuttavia la crescente consapevolezza del valore della sostenibilità ha portato a una rivoluzione in questo settore basata su pratiche eco-friendly e innovative per minimizzare l'impronta sul pianeta.

La scelta dei materiali è fondamentale, ecco perché molte tipografie oggi utilizzano carta proveniente da foreste sostenibili che rendono i prodotti CO<sub>2</sub> neutri. Le foreste sostenibili permettono di immagazzinare da due a cinque volte la quantità di CO<sub>2</sub> rispetto a una foresta non pianificata. Inoltre, inchiostri di nuova generazione e processi di stampa all'avanguardia riducono in maniera sostanziale l'uso di composti chimici. Anche le macchine da stampa moderne, per esempio, sono progettate per massimizzare l'efficienza energetica. Molte tipografie hanno implementato pratiche di gestione dell'energia e hanno ridotto il consumo complessivo, contribuendo così alla riduzione delle emissioni di carbonio.

L'utilizzo di energie rinnovabili, il recupero di materiali di scarto e un processo industriale certificato permettono ai prodotti realizzati con queste modalità di essere CO<sub>2</sub> neutral.

Oggi il pensiero sostenibile si spinge oltre il processo di stampa stesso e affronta, per esempio, anche la logistica. La progettazione di imballi gioca un ruolo importante, ecco perché le aziende cercano di utilizzare packaging che siano riciclabili, compostabili o realizzati con materiali sostenibili.

## ... immagazzinare da 2 a 5 volte la quantità di CO<sub>2</sub>

notamment à la logistique. La conception des emballages joue un rôle important. Les entreprises cherchent ainsi à utiliser des packagings recyclables, compostables ou fabriqués à partir de matériaux durables. Les expéditions écologiques sont, de plus, toujours privilégiées. L'obtention de certifications attestant de l'engagement de l'imprimerie envers l'environnement marque une étape essentielle sur la voie du développement durable. Au-delà de ce volet, l'aspect social est aussi extrêmement important. Nombreuses sont les imprimeries qui choisissent en effet de travailler avec des fournisseurs et des partenaires qui respectent les normes éthiques et construisent une chaîne d'approvisionnement responsable.

L'impression durable représente l'avenir d'une industrie qui adopte rapidement et avec succès une mentalité écologique. Cette transition prendra du temps et il faut persévérer pour continuer dans la bonne direction, comme en témoignent les imprimeries du groupe Genoud/Musumeci. Le président-directeur général Michele Biza, qui suit ce processus complexe depuis un certain temps, livre ici les nombreux résultats atteints ainsi que les difficultés auxquelles il est confronté chaque jour.

### **Quel a été votre engagement au cours des vingt dernières années dans le domaine de la protection de l'environnement et comment avez-vous dû vous adapter pour amorcer une stratégie durable en ce qui concerne le papier, les encres, le transport et les emballages ?**

Nous avons tenté de favoriser des solutions toujours plus respectueuses de l'environnement. Nous utilisons presque exclusivement du papier FSC®, c'est-à-dire issu de forêts certifiées responsables. Les encres, les matériaux d'emballage ainsi que le processus de développement des plaques d'impression ont été entièrement revus pour exploiter des technologies qui éliminent complètement la consommation d'eau. Ce faisant, nous réduisons également les déchets et le gaspillage lié au processus de production. Ce penchant et cette volonté s'intègrent dans une démarche qui se développe progressivement depuis de nombreuses années mais qui s'est accélérée de façon importante après le Covid.

Inoltre, si prediligono sempre spedizioni eco-friendly. Un passo importante verso la sostenibilità è l'ottenimento di certificazioni che dimostrano l'impegno della tipografia verso la responsabilità ambientale. Oltre al discorso legato all'ambiente, non va dimenticato l'aspetto sociale. Molte tipografie, infatti, scelgono di collaborare con fornitori e partner che rispettano le norme etiche e promuovono una catena di approvvigionamento responsabile. La stampa sostenibile rappresenta il futuro per un'industria che sta adottando con successo e rapidità una mentalità ecologica. Mentre questa transizione è ancora in corso, perseverare è chiaramente un passo nella giusta direzione, testimoni ne sono le tipografie del gruppo Genoud/Musumeci. Il Chairman & CEO Michele Biza, che sta curando questo processo complesso da diverso tempo, illustra e racconta i numerosi risultati raggiunti e le difficoltà da affrontare giorno dopo giorno.

### **Qual è stato il vostro impegno negli ultimi 20 anni in termini di sostenibilità per quanto riguarda carta, inchiostri, trasporto e imballi?**

Abbiamo cercato di privilegiare sempre di più soluzioni eco-compatibili. Utilizziamo quasi in maniera esclusiva carta FSC®, ovvero proveniente da foreste certificate. Inchiostri, materiale per imballaggi e lo stesso processo di sviluppo delle lastre che servono per la stampa sono stati interamente rivisti in modo da utilizzare tecnologie che eliminino completamente il consumo dell'acqua. Così facendo, riduciamo anche scarti e sprechi durante il processo produttivo. Questa attitudine e volontà è un percorso che va avanti gradualmente da molti anni, da dopo il Covid però tutto ha subito un'accelerazione importante. Il bisogno primario è diventato quello di uscire da una logica di iniziative non coordinate, in favore di un approccio più omogeneo e condiviso. Abbiamo quindi deciso di sviluppare un progetto – ovvero un report analitico di sostenibilità – con l'Università degli Studi di Milano-Bicocca per creare un metodo più strutturale e olistico. Il report è uno strumento fondamentale per guidare il cambiamento delle nostre imprese verso un futuro migliore. La nostra visione ormai va ben oltre la pura questione







La nécessité première est dorénavant de s'éloigner d'une logique d'actions isolées au profit d'une approche plus homogène et collaborative. Nous avons donc décidé de développer un projet, à savoir un rapport de développement durable, avec l'Université Milan-Bicocca en vue de créer une méthode plus structurelle et systémique. Ce rapport représente un outil essentiel pour guider le changement de nos entreprises vers un avenir meilleur. Notre vision va désormais bien au-delà de la simple question de l'impact environnemental et de l'utilisation de ressources écologiquement durables. Elle implique l'entreprise, mais aussi ses partenaires, ses fournisseurs et toutes les parties prenantes.

### **Pouvez-vous dresser la liste de vos certifications et nous en dire quelques mots ?**

Nous sommes fiers d'avoir obtenu plusieurs certifications qui témoignent de notre engagement. Par exemple, la certification PSO® fait référence à la compatibilité, à l'intégration et à la standardisation des procédés d'impression. Cette certification rassemble les critères de qualité les plus importants du monde de l'impression offset. Elle assure de plus une compatibilité optimale des données d'un partenaire à l'autre dans la chaîne de production. Le certificat PDFX-Ready® a été mis en place pour normaliser l'échange de documents PDF destinés à l'impression en édictant des règles claires et précises – notamment pour la gestion des couleurs. Le label Imprim'Vert® a quant à lui pour objectif de favoriser la mise en place d'actions concrètes conduisant à une diminution des impacts de l'activité sur l'environnement. Être ClimatePartner®, c'est contribuer à l'objectif collectif de neutralité carbone à l'échelle mondiale. Notre entreprise est engagée en tant que partenaire de la protection du climat depuis septembre 2021. Le papier que nous utilisons, à savoir du papier FSC®, est produit dans le respect de l'environnement, de la biodiversité, des droits des travailleurs et des populations locales, et sans qu'aucune forêt primaire ne soit abattue. L'entreprise, qui possède la certification depuis 2007, a été la première imprimerie de Suisse à l'obtenir. Enfin, depuis novembre, nous avons également obtenu la certification G7® (une norme qui certifie l'ensemble des spécifications permettant d'obtenir une

legata all'impatto ambientale e l'utilizzo di risorse ecosostenibili: non coinvolge solo l'azienda, ma anche i partner, i fornitori e gli stakeholder.

### **Ci elenca e racconta le vostre certificazioni?**

Siamo orgogliosi di detenere diverse certificazioni, poiché rappresentano lo specchio del nostro impegno. Il Processo Standard Offset PSO®, per esempio, si riferisce all'integrazione e alla standardizzazione dei processi assicurando la coerenza della procedura di stampa. Questa certificazione riunisce i più importanti criteri di qualità legati al mondo della stampa offset. Garantisce inoltre la compatibilità ottimale dei dati da un partner all'altro nella catena di produzione. Il certificato PDFX-Ready® simboleggia la standardizzazione dello scambio di documenti PDF destinati alla stampa stabilendo regole chiare e precise, in particolare per la gestione del colore. Il marchio Imprim'Vert® invece mira a incoraggiare l'attuazione di azioni concrete che portino a una riduzione degli impatti dell'attività sull'ambiente. Essere ClimatePartner® significa contribuire all'obiettivo collettivo della neutralità globale del carbonio. La nostra azienda è impegnata come partner per la protezione del clima da settembre 2021.

La carta che utilizziamo, ovvero carta FSC®, è prodotta nel rispetto dell'ambiente, della biodiversità, dei diritti dei lavoratori e delle popolazioni locali e senza che sia stata abbattuta nessuna foresta primaria. L'azienda è certificata dal 2007 ed è stata la prima tipografia della Svizzera a ottenere questa certificazione. Infine, dal mese di novembre abbiamo ottenuto anche la certificazione G7® (lo standard che attesta l'insieme di specifiche per ottenere la somiglianza visiva in tutti i processi di stampa), la prima in assoluto per un produttore italiano.

### **Quali sono le sfide e le difficoltà che una tipografia deve fronteggiare oggi?**

In primis direi che dobbiamo affrontare l'era digitale. Oggi la dinamica "time to market" è molto veloce, tutto il mondo è accelerato e i media hanno un ruolo significativamente più importante rispetto a qualche anno fa nella comunicazione.

### Détail d'une phase d'impression *Particolare di una fase di stampa*

similitude visuelle dans tous les procédés d'impression), une première pour un fabricant italien.

#### **Quels sont les défis et les difficultés auxquels une imprimerie est confrontée aujourd'hui ?**

Tout d'abord, je dirais que nous sommes confrontés à l'ère numérique. Aujourd'hui, la dynamique liée au time to market est extrêmement rapide, le monde entier connaît une accélération et les médias jouent un rôle beaucoup plus important dans la communication qu'il y a quelques années. Pour nous, cela signifie qu'il y a moins de quantités à produire. Ensuite, la question des transports est particulièrement complexe. Afin de réduire notre impact sur l'environnement, nous suivons un programme que nous avons baptisé « Genoud Expert ». Nous avons sélectionné à travers le monde des partenaires imprimeurs avec lesquels nous avons des affinités tant au niveau de la qualité du travail que sur les aspects conceptuels, et qui nous permettent de produire localement le même produit pour nos clients basés à l'international. Cela nous permet, d'une part, d'avoir la certitude d'offrir un produit identique au nôtre et, d'autre part, nous évitons de devoir expédier des conteneurs dans le monde entier. Il s'agit bien sûr d'un processus très complexe à gérer, au travers duquel nous devons être en mesure de garantir aux marques internationales un niveau de qualité absolue, quel que soit l'endroit où le produit est fabriqué. Allier qualité du produit et exigences environnementales avec un time to market de plus en plus court, tels sont les défis auxquels nos entreprises sont confrontées chaque jour.

Questo per noi comporta il fatto che ci siano meno quantità da produrre. Il grande tema dei trasporti, poi, è una questione complessa da affrontare. Per essere meno impattanti dal punto di vista ambientale, stiamo seguendo un programma che abbiamo chiamato "Genoud Expert". Abbiamo selezionato alcuni partner tipografici in giro per il mondo affini a noi sia dal punto di vista della qualità del lavoro sia concettuale, che ci permettono di realizzare in loco lo stesso prodotto per i nostri clienti all'estero. Così facendo, da un lato abbiamo la certezza di poter garantire un prodotto identico al nostro, e dall'altro evitiamo che si debbano spedire container in giro per il mondo. È una sfida perché si tratta di un processo molto complicato da gestire, dove dobbiamo poter garantire ai brand internazionali una assoluta garanzia di qualità del prodotto, a prescindere da dove venga realizzato. Combinare l'attenzione alla qualità con le esigenze dell'ambiente e un "time to market" sempre più serrato sono le sfide che le nostre aziende affrontano ogni giorno.



# PENSER

Pensare  
globalmente,  
agire localmente

*Una sfida alla riduzione  
dell'impatto ambientale ed  
economico, dalla produzione  
alla distribuzione*

# AGIR LOCAL

Un défi pour réduire  
l'impact environnemental et  
économique, de la production  
à la distribution

Giulia Terraneo / Federica Mascetti

# MONDIAL

Être durable en progressant à tous les niveaux de l'entreprise est un sujet particulièrement débattu actuellement, notamment lorsque la dimension internationale entre en jeu avec à la clé un emploi de ressources qui, du point de vue économique, a également un impact important sur l'approvisionnement en matières premières et sur la gestion des déchets.

Une phase complexe qui peut aujourd'hui être déployée au niveau local. Il s'agit d'un modèle efficace adopté par le groupe Genoud/Musumeci, que nous explique Sébastien Gasser, directeur de l'exploitation de Genoud.

## **Dans un monde où développement durable et impact économique sont deux sujets majeurs, existe-t-il des solutions permettant de réduire les conséquences environnementales sur les deux tableaux ?**

La réponse est assurément oui. La première étape consiste probablement à examiner la façon dont les matières premières sont produites. Par exemple pour le papier, il est important de tenir compte de l'origine de la cellulose. Nous utilisons principalement du papier certifié FSC®, en veillant à ce que les arbres soient issus de bois cultivés plutôt que de forêts primaires ou protégées. Ces dernières absorbent d'importantes quantités de CO<sub>2</sub>, protéger ces forêts est donc essentiel.

Nous devons de plus penser aux déplacements qui sont nécessaires pour transformer nos produits semi-finis. Nous privilégions des trajets plus courts, mais des itinéraires longs doivent également être envisagés. Nous préférons alors le transport sur rail ou par camion avec un chargement optimal.

La minimisation des déchets représente elle aussi un élément fondamental, comme la gestion de l'utilisation du papier et du plastique. Grâce à de nouveaux équipements, à des équipes et des partenaires formés, nous sommes parvenus à réduire le gaspillage au minimum.

Enfin, notre électricité provient exclusivement de centrales hydroélectriques et solaires. Cet engagement vers des sources d'énergie durable renforce notre volonté de réduire l'impact environnemental tout au long de notre chaîne d'approvisionnement.

Essere sostenibili e lavorare in direzione di una maggiore sostenibilità in tutte le filiere aziendali. Sono tra i temi più dibattuti al giorno d'oggi, soprattutto quando la dimensione è quella internazionale che implica un significativo impatto sul ripascimento della materia prima e la gestione degli sprechi.

Passaggi complessi che, a oggi, possono trovare soluzioni nella dimensione locale.

Un approccio vincente alla base della filiera del gruppo Genoud/Musumeci raccontato da Sébastien Gasser, Chief Operating Officer di Genoud.

## **In un mondo in cui insieme all'impatto economico la sostenibilità è uno dei temi più dibattuti, esistono soluzioni in grado di ridurre l'impatto ambientale in entrambe le filiere?**

La risposta è sicuramente sì. Il primo passo consiste probabilmente nell'esaminare le modalità di produzione delle materie prime. Per esempio, nel caso della carta, è importante considerare l'origine della cellulosa. Utilizziamo prevalentemente carta certificata FSC®, assicurandoci che gli alberi utilizzati provengano da fonti coltivate piuttosto che da foreste primarie o protette. La tutela di queste foreste è fondamentale, in quanto sono importanti assorbitori di CO<sub>2</sub>.

Inoltre, dobbiamo pensare ai viaggi necessari per trasformare i nostri semilavorati. Privilegiamo percorsi più brevi, ma sono da tenere in considerazione anche tratte più lunghe. In questi casi, prediligiamo il trasporto su rotaia o su camion a carico ottimale. Anche la prevenzione degli sprechi è un aspetto fondamentale, come la gestione dell'utilizzo di carta e plastica. Grazie alle nuove attrezzature, ai partner e ai team formati, siamo riusciti a ridurre al minimo qualsiasi spreco.

Infine, la nostra elettricità proviene esclusivamente da centrali idroelettriche e solari. Questo impegno a favore di fonti energetiche sostenibili rafforza ulteriormente la nostra dedizione alla riduzione dell'impatto ambientale lungo tutta la nostra catena di fornitura.



**Avec des projets qui s'adressent de plus en plus à un public international, souvent éloigné géographiquement, existe-t-il aujourd'hui des solutions permettant d'optimiser les coûts de la chaîne de production et de distribution?**

Concernant notre approche vis-à-vis des clients internationaux, nous avons décidé de lancer un programme de fabrication décentralisée. Celui-ci repose sur l'idée de rapprocher les centres de production de nos marchés de distribution. Au lieu de produire exclusivement en Suisse pour le monde entier, nous dédions nos sites en Suisse et en Italie au marché européen et fabriquons directement en Asie et en Amérique pour leurs marchés de référence.

Cette stratégie multisite permet de réduire les délais de production. Nous avons ainsi éliminé efficacement l'effet goulot d'étranglement que nous subissions auparavant en raison de la concentration de la production sur un seul site. Désormais, la charge de travail étant mieux répartie, nous opérons de façon plus efficace et plus fluide.

Cette démarche nous permet également de raisonner sur de plus petits volumes. Grâce à cette méthode, nous ne produisons que

**Con progetti sempre più rivolti a un pubblico internazionale, spesso geograficamente distante, esistono oggi soluzioni in grado di ottimizzare i costi della catena di produzione e distribuzione?**

Per quanto riguarda il nostro approccio nei confronti dei clienti internazionali, siamo entusiasti di aver lanciato un programma di produzione decentralizzata. Il principio che ne è alla base è quello di avvicinare i centri di produzione ai nostri mercati di distribuzione. Invece di produrre esclusivamente in Svizzera per tutto il mondo, manteniamo la produzione in Svizzera e in Italia per il mercato europeo e direttamente in Asia e in America per i loro mercati di riferimento.

Questa strategia di produzione multisito ha permesso di ridurre i tempi di produzione. Abbiamo eliminato efficacemente gli ingorghi che prima erano causati dalla concentrazione della produzione in un'unica sede. Ora, con il carico di lavoro distribuito su più siti, possiamo garantire operazioni più efficienti e fluide.

Inoltre, questo approccio ci permette di produrre in quantità minori. Grazie a un metodo di produzione snello, realizziamo solo le quantità necessarie, in linea con il nostro impegno a ridurre gli



# réduire les délais de production

*ridurre i tempi di produzione*

les quantités nécessaires, et sommes fidèles à notre engagement de réduire les déchets et de promouvoir le développement durable.

Les clients tirent largement parti de cette organisation.

En premier lieu, ils gagnent du temps grâce à des programmes de production plus efficaces.

En second lieu, l'empreinte CO<sub>2</sub> s'en trouve considérablement diminuée, puisque la production localisée signifie moins de trajets et donc moins d'émissions.

sprechi e a promuovere la sostenibilità. I clienti traggono grandi vantaggi da questa strategia.

In primo luogo, risparmiano tempo grazie a programmi di produzione più efficienti.

In secondo luogo, viene ridotta significativamente l'impronta di CO<sub>2</sub>, poiché la produzione localizzata comporta percorsi di trasporto più brevi e, di conseguenza, minori emissioni.

Infine, questo metodo offre vantaggi economici in termini di costi di stoccaggio; producendo in quantità più piccole e precise,



# L'empreinte CO<sub>2</sub> s'en trouve considérablement diminuée

Enfin, cette méthode présente des avantages économiques en termes de stockage; en produisant en quantités moindres et plus précises, l'espace nécessaire est réduit en conséquence, avec à la clé des économies tant pour nous que pour nos clients.

Cette approche innovante améliore non seulement l'efficacité opérationnelle, mais démontre également l'importance que nous portons à la protection de l'environnement et aux pratiques commerciales durables.

## **À propos de projets internationaux, que signifie travailler avec une « approche locale »? Quels sont les éléments clés dont il faut tenir compte? Quels sont les principaux enjeux?**

Produire à l'étranger n'est pas une décision que nous avons prise à la légère. Tout d'abord, nous avons choisi de travailler avec des partenaires qui possèdent les compétences nécessaires en termes de fabrication et de qualité.

Il était essentiel d'être en phase en termes de normes et d'attentes. Il nous a semblé peu cohérent de parler de production locale en Asie en utilisant du papier européen, comme c'est parfois le cas. Par conséquent, nous avons recherché des matériaux produits à proximité de nos centres.

Cela n'a pas été une mince affaire; notre approche s'est parfois heurtée au scepticisme d'un univers dominé par le transport maritime et où les matériaux sont faciles à localiser au niveau mondial. Pourtant, avec nos clients et nos partenaires, nous avons relevé ce défi. Aujourd'hui, nous sommes fiers d'avoir produit des supports imprimés pour des acteurs internationaux directement sur leurs marchés, en exploitant des talents locaux et des matériaux issus de leurs propres chaînes d'approvisionnement.

viene ridotta la necessità di un ampio immagazzinamento, con conseguenti risparmi sia per noi sia per i nostri clienti.

Questo approccio innovativo non solo migliora l'efficienza operativa, ma dimostra anche la nostra attenzione nei confronti della tutela dell'ambiente e delle pratiche commerciali sostenibili.

## **Parlando di progetti internazionali, che cosa significa lavorare con un "approccio locale"? Quali sono gli elementi chiave da considerare? E quali sono le principali sfide?**

Avventurarsi nella produzione all'estero non è stata una decisione presa alla leggera. In primo luogo, abbiamo scelto di collaborare con partner che possiedono le competenze necessarie in materia di produzione e garanzia di qualità.

Era fondamentale essere in sintonia in termini di standard e aspettative. Inoltre, ci è sembrato poco onesto parlare di produzione locale in Asia utilizzando carta europea, come talvolta accade. Pertanto, abbiamo cercato materiali prodotti vicino ai nostri centri.

Non è sempre stato un compito facile; il nostro approccio ha talvolta incontrato scetticismo in un mondo in cui il trasporto marittimo è dominante e i materiali sono facilmente disponibili a livello globale. Tuttavia, insieme ai nostri clienti e partner, abbiamo raccolto questa sfida.

A oggi siamo orgogliosi di aver prodotto materiali stampati per clienti internazionali direttamente nei loro mercati, impiegando talenti locali e risorse provenienti dalle loro catene di approvvigionamento.



*Viene ridotta  
significativamente  
l'impronta di CO<sub>2</sub>*



# Hommage AUX ARTS

**Dialogues, partages et échanges entre les arts  
à la Fondation Pierre Gianadda à Martigny**

Federica Mascetti



Martigny, au cœur du canton du Valais en Suisse, se dresse fièrement la Fondation Pierre Gianadda, un lieu d'échanges et d'immersion culturelle où les différentes formes d'art se fondent dans le paysage, donnant naissance à un riche programme d'événements, d'expositions et de concerts.

Son histoire débute en 1973, alors que l'objectif premier était très éloigné de celui de l'actuelle Fondation. En effet, Léonard Gianadda décide dans les années 1970 de construire sur cet espace, situé à la périphérie de la ville, un nouvel immeuble-tour de 16 étages, composé de 72 appartements panoramiques: la tour Belvédère.

C'était sans compter le destin qui s'en est mêlé avant même le début des travaux. Le Département de l'instruction publique du canton du Valais demande en effet que des fouilles

## Omaggio alle arti

*Dialogo, condivisione e scambio fra le arti alla  
Fondazione Pierre Gianadda, a Martigny*

Nel cuore del Canton Vallese, nella svizzera Martigny, si erge orgogliosa la Fondazione Pierre Gianadda, luogo di scambio e immersione culturale dove i diversi linguaggi dell'arte si fondono con il paesaggio circostante, dando vita a un ricco palinsesto di eventi, mostre e concerti.

Una storia che affonda le sue radici nel lontano 1973, ma con uno scopo iniziale ben differente da quello che la Fondazione ricopre oggi. L'ingegnere Léonard Gianadda, infatti, negli anni '70 decide di regalare a quello spazio periferico della città una nuova costruzione residenziale, una torre di 16 piani dai 72 appartamenti panoramici: la Tour Belvédère.

Ancor prima di iniziare i lavori il destino del progetto sembra indicare una nuova direzione; il Dipartimento dell'Istruzione Pubblica del Cantone del Vallese, infatti, prima di conferire la sua autorizzazione chiede di effettuare degli scavi archeologici nella stessa area, vista la vicinanza alla città gallo-romana, dove un



## PROJECTS

**En ouverture:** Vue de l'extérieur de la Fondation

© Michel Darbellay

**In apertura:** Una vista dell'esterno della Fondazione

© Michel Darbellay

Portrait de Léonard Gianadda (1935-2023),

créateur de la Fondation Pierre Gianadda

*Un ritratto di Léonard Gianadda (1935-2023),*

*creatore della Fondazione Pierre Gianadda*

archéologiques soient entreprises sur l'emplacement de la future construction. Le chantier est proche de l'ancienne ville gallo-romaine, et l'amphithéâtre du Vivier et l'antique Forum se situent à deux pas.

Cette intuition clairvoyante conduit à la découverte, en juin 1976, des ruines d'un ancien temple, amenant Léonard Gianadda à modifier son projet initial. Bien qu'il ait reçu l'autorisation de raser le temple, l'ingénieur, sensible aux vestiges du passé et à leur beauté rare, imagine alors un lieu permettant de conserver et d'exposer au public le patrimoine gallo-romain de Martigny et de ses environs, en hommage aux voyages faits en compagnie de son frère Pierre, à la découverte de la Méditerranée et de ses merveilleux sites archéologiques.

Léonard commence à rêver à un lieu d'exposition inédit dans sa ville, jusqu'à ce qu'un terrible événement vienne tout bouleverser: Pierre périt dans un accident d'avion en Italie, laissant un vide immense dans la vie de son frère. Une douleur infinie que Léonard transcende en décidant de transformer la tour Belvédère en Fondation Pierre Gianadda, construisant sur ce terrain l'actuel bâtiment symbolisant l'art et ses multiples langages.

Un hommage émouvant à son frère qui célèbre non seulement les liens du sang mais souligne également l'intérêt culturel profond qui a toujours marqué leurs aventures.

La Fondation Pierre Gianadda est inaugurée le 19 novembre 1978. Présent, passé et futur cohabitent harmonieusement. Les œuvres et les formes d'art dialoguent en synergie. Deux galeries sont créées: la première est réservée aux vestiges archéologiques tandis que dans la deuxième se succèdent les expositions temporaires consacrées aux grands noms de la scène internationale contemporaine. Un troisième espace vient compléter le tout, aux pieds des escaliers, royaume de la musique au sein de la Fondation. Ici, c'est le langage universel des notes de musique et de leurs instruments qui retient l'attention des visiteurs, grâce à une considérable programmation de concerts réunissant musiciens et chanteurs lyriques de renom. Cette alliance est née de la rencontre en 1978 de Léonard et René Klopfenstein, alors directeur du Festival de musique Montreux-Vevey.

tempo si trovavano l'anfiteatro di Vivier e il Forum. Lungimirante intuizione che ha portato alla scoperta, nel giugno del 1976, delle rovine di un antico tempio, elemento che ha convinto Léonard Gianadda a cambiare destinazione al progetto. Nonostante il permesso ottenuto per l'abbattimento, l'Ingegnere, sensibile alle testimonianze del passato e alla loro rara bellezza, decide di dare vita a un luogo dove conservare e rendere visibili al pubblico i tesori di quella civiltà gallo-romana che ha abitato nel territorio di Martigny e nei suoi dintorni, in omaggio anche a quei viaggi a lui cari vissuti con il fratello Pierre alla scoperta del Mediterraneo e dei suoi straordinari siti archeologici.

Léonard inizia a sognare un inedito spazio espositivo nella sua città, fino a quando un terribile evento sconvolge la sua vita: Pierre perde la vita durante un incidente aereo in Italia, lasciando un incredibile vuoto nella vita dell'Ingegnere. Un immenso dolore che Léonard rielabora decidendo di destinare i lavori della Tour Belvédère alla Fondation Pierre Gianadda, costruendo proprio su quel terreno l'attuale edificio simbolo dell'arte e dei suoi molteplici linguaggi.

Un emozionante omaggio al fratello che non solo celebra il loro inscindibile legame di sangue e d'affetto, ma che sottolinea anche il profondo interesse culturale che ha da sempre animato le loro avventure.

È il 19 novembre 1978 quando Fondation Pierre Gianadda viene inaugurata. Presente, passato e futuro convivono armoniosamente, le opere e le forme d'arte dialogano sinergicamente; nascono due gallerie, una dedicata ai reperti archeologici e una vissuta come spazio espositivo, dove si alternano mostre temporanee dedicate ai grandi nomi internazionali. A questi ampi spazi se ne aggiunge un terzo, dove termina la maestosa scalinata, regno della musica in Fondazione. Qui è il linguaggio universale delle note e dei loro strumenti a catturare l'attenzione dei visitatori, grazie a una significativa programmazione concertistica che riunisce musicisti e protagonisti della lirica. Un connubio creatosi a seguito dell'incontro nel 1978 fra Léonard e René Klopfenstein, all'epoca Direttore del Festival de Musique Montreux-Vevey.



L'acoustique de la salle se révèle parfaite pour accueillir et répercuter les sons des nombreuses représentations qui sont venues enrichir l'agenda musical de Martigny. Elle captive les spectateurs qui retrouvent dans ce lieu une atmosphère intime et conviviale aujourd'hui encore, après 46 saisons musicales toutes plus incroyables les unes que les autres.

Mais l'histoire de la Fondation Pierre Gianadda ne s'arrête pas là. En 1981 est inauguré le Musée de l'Automobile, qui compte aujourd'hui plus de 40 véhicules des constructeurs les plus prestigieux au monde, dans le but de donner un aperçu intéressant de l'évolution des « quatre roues » en remontant avant la Première Guerre mondiale.

En 1996, c'est au tour du Vieil Arsenal de célébrer sa réouverture: construit par le père de Léonard, au cœur du jardin de l'actuelle

L'acustica della sala si dimostrò incredibilmente perfetta per accogliere e riprodurre i suoni delle numerose performance che iniziarono ad arricchire il calendario musicale di Martigny, amaliando gli spettatori che in questa location ritrovano, ancora oggi, un'atmosfera intima e conviviale, dopo 46 incredibili stagioni musicali.

Ma la storia di Fondazione Pierre Gianadda non si è mai arrestata; nel 1981 è stato inaugurato il Musée de l'Automobile che oggi vanta oltre 40 veicoli delle più prestigiose case automobilistiche internazionali, con l'obiettivo di tracciare una interessante panoramica sull'evoluzione delle "quattro ruote" dal periodo precedente alla Prima Guerra Mondiale.

Nel 1996 è stata la volta della riapertura del Vieil Arsenal, nel cuore del giardino della Fondazione; costruito durante la Seconda



Fondation, pendant la Seconde Guerre mondiale, ce bâtiment à vocation militaire accueille aujourd'hui un riche programme d'événements et d'activités, ainsi que des expositions. Mais ce qui rend la Fondation unique, c'est son merveilleux jardin qui abrite l'une des collections de sculptures les plus fascinantes d'Europe, témoignant de l'amour de Léonard pour cette forme d'art, né à l'issue de son premier voyage en Italie et d'une série

Guerra Mondiale dal padre di Léonard come edificio dallo scopo militare, ospita un ricco programma di eventi e attività, oltre ad alcune mostre. Ma la particolarità che rende unica la Fondazione è il suo meraviglioso giardino che custodisce uno dei parchi delle sculture più affascinanti d'Europa, nato dall'amore di Léonard per questa forma d'arte, maturato dopo un primo viaggio in Italia



Une statue du sculpteur Alexander Calder dans le Parc des Sculptures de la Fondation © Arnaud Carpentier  
*Una statua dello scultore Alexander Calder nel Parco delle Sculture della Fondazione © Arnaud Carpentier*

*... presente,  
passato e futuro  
convivono  
armoniosamente*

d'achats importants en 1973. Confié à la créativité de l'artiste Antoine Poncet en 1992, le parc s'enrichit d'œuvres, devenant une extension des espaces muséaux intérieurs, créant un dialogue entre l'art et la nature. Cet itinéraire bucolique et ressourçant, ponctué de bassins et de plantations aromatiques, compte 47 sculptures, sélectionnées par Monsieur Gianadda et soigneusement disposées dans ce coin de verdure, où rien n'est laissé au hasard. La Fondation Pierre Gianadda respire l'amour: pour les arts, les gens, la nature et l'histoire. C'est d'ailleurs cet amour qui a guidé jusqu'à son décès récent Léonard Gianadda dans la poursuite de ce projet en perpétuelle évolution, en hommage à son frère et à l'immortalité de la culture.

e una serie di importanti acquisti risalenti al 1973. Affidato alla creatività dell'artista Antoine Poncet nel 1992, si arricchisce delle opere che animano la programmazione museale, diventando un prolungamento degli spazi interni, dove arte e natura si fondono. Un rigenerante percorso bucolico, immerso fra zone acquatiche e piantagioni aromatiche che conta un totale di 47 sculture, selezionate da Monsieur Gianadda e disposte con cura in questo angolo verde, dove nulla è lasciato al caso. Tutto, alla Fondazione Pierre Gianadda, parla d'amore: per le arti, le persone, la natura e la storia. Lo stesso amore che ha guidato fino alla sua recente morte Léonard Gianadda nella realizzazione di questo progetto in continua evoluzione, una dedica al fratello e all'immortalità della cultura.

*... présent,  
passé et futur  
cohabitent  
harmonieusement*

Direction la Toscane, à Castello Banfi, où la tradition viticole, la gastronomie, l'art et l'histoire vivent en harmonie

## La cultura del vino

*Destinazione Toscana, dove tradizione enogastronomica, arte e storia dimorano al Castello Banfi*

A photograph of a wine cellar. On the left, there are several large wooden barrels, one with the number '646' and a crest. A dark pillar stands in the center. In the background, a long, vaulted brick tunnel leads to a statue at the end. The ceiling is made of dark wooden slats.

# La culture

# DU VIN

Federica Mascetti

## PEOPLE

Les collines qui entourent le château médiéval de Poggio alle Mura, appartenant à la famille Mariani  
*Le colline che circondano il castello medievale di Poggio alle Mura, proprietà della famiglia Mariani*

**C**astello Banfi est perché sur les collines autour de Montalcino. Le domaine a été créé entre 1978 et 1983 par la famille Mariani, qui en est toujours propriétaire à l'heure actuelle. Cette éminente exploitation italienne compte 2830 hectares de vignes luxuriantes qui s'étendent à perte de vue. Une destination authentique, où passé et présent s'entremêlent, conjuguant les plaisirs de la cuisine et du vin avec les fastes d'antan. C'est ce dialogue entre l'histoire, l'art et la culture qui a permis à l'hospitalité Banfi d'acquérir ses lettres de noblesse. Le superbe château médiéval de Poggio alle Mura, après une restauration pensée jusque dans les moindres détails, dévoile son atmosphère magique à celles et ceux qui franchissent son imposante entrée, à la découverte des secrets qui animent l'art enivrant de la viticulture, et de la convivialité d'une famille et d'un terroir qui retracent leur histoire à travers une table chaleureuse offrant des mets délicats confectionnés avec les meilleurs ingrédients de saison.

Sulle colline che abbracciano Montalcino si erge l'affascinante Castello Banfi, proprietà della famiglia Mariani che, tra il 1978 e il 1983, ha fondato la sua azienda, eccellenza italiana nella produzione vinicola, con 2830 rigogliosi ettari che si perdono a vista d'occhio. Una destinazione dove la Toscana più autentica vive fra presente e passato, intrecciando i piaceri dell'enogastronomia locale ai fasti di epoche antiche. Ed è dall'incontro fra storia, arte e cultura che nasce l'eccellenza dell'ospitalità firmata Banfi; il meraviglioso castello medievale di Poggio alle Mura, restaurato in ogni dettaglio, svela la sua magica atmosfera agli avventori che decidono di varcarne l'imponente ingresso, alla scoperta dei segreti che animano l'inebriante arte del vino e l'accoglienza di una famiglia – e di

un territorio – capaci di raccontarsi attraverso il calore di una tavola imbandita con le migliori materie prime stagionali. Un percorso ispirato dalle passioni che da sempre animano la tenuta, a partire dalla visita guidata alla cantina, dove grandi botti e prestigiose bottiglie si susseguono nel segno dell'importante produzione firmata Banfi che, alle denominazioni tipiche di Montalcino e della Toscana, affianca quelle piemontesi, grazie all'acquisizione, nel 1979, di una storica cantina con la sua secolare tradizione legata allo spumante. Etichette d'eccellenza da sorseggiare nell'Enoteca del Castello, riecheggiante gli interni di una bottega locale. Sotto le volte de La Taverna, dove un tempo riposavano le grandi botti per



*2830 rigogliosi ettari di terreno si estendono fra boschi e alberi da frutto*



2830 hectares  
de vignes luxuriantes  
qui s'étendent  
à perte de vue

## PEOPLE

L'un des rendez-vous au programme du «Jazz & Wine in Montalcino»  
*Uno degli appuntamenti della programmazione del "Jazz & Wine in Montalcino"*



Les visiteurs se verront proposer un itinéraire inspiré par les passions qui font vibrer le domaine, à commencer par une visite guidée de la cave, où de grands fûts et de prestigieuses bouteilles se succèdent sous le sceau de la remarquable appellation Banfi. Parmi cette collection de grands crus, on retrouve outre les cépages typiques du Montalcino et de la Toscane, certains des plus réputés du Piémont, grâce à l'achat en 1979 d'un domaine de renom, fort d'une tradition séculaire liée au spumante.

Ces vins d'exception peuvent être dégustés à l'Enoteca del Castello, qui reprend les codes de l'intérieur d'une boutique locale typique. Sous les voûtes de La Taverna, où reposaient autrefois les grands tonneaux dans lesquels était élevé le célèbre Brunello di Montalcino, le déjeuner sent bon la tradition, avec des matières premières et des recettes du terroir, agrémentées d'un twist contemporain. Mais c'est à La Sala dei Grappoli, restaurant étoilé au guide Michelin, que la cuisine se révèle dans toute sa splendeur sous le regard avisé des convives. En été, la terrasse en plein air s'ouvre sur le merveilleux spectacle offert par le Val d'Orcia.

Ce site emblématique de l'excellence de l'hospitalité italienne a inauguré en 2007 Il Borgo, une demeure de caractère estampillée Relais & Châteaux, composée de 14 suites, et qui promet un séjour toscan sous le signe du charme.

l'affinement del Brunello, il pranzo profuma di tradizione, con materie prime e ricette del territorio, dal twist contemporaneo. Ma è nella Sala dei Grappoli, ristorante che vanta una luminosa Stella Michelin, che la cucina prende vita nella sua grandiosità, davanti all'occhio curioso dei commensali; durante la bella stagione si apre una meravigliosa terrazza en plein air con affaccio sullo spettacolo della Val d'Orcia.

Un'eccellenza nell'ospitalità italiana che, dal 2007, inaugura Il Borgo, dimora di charme parte del prestigioso circuito Relais & Châteaux: con le sue 14 Junior Suite e Suite regala un soggiorno nella bellezza di questo angolo di Toscana.

A rendere unica la destinazione è anche il profondo rapporto con la cultura, cultura che permea il territorio, lo cattura e lo racconta attraverso innumerevoli forme d'arte, come la musica, protagonista di uno degli eventi più significativi che si tengono al Castello, il "Jazz & Wine in Montalcino". Nato dal fortuito incontro fra Banfi e il Jazz Festival di Villa Celimontana a Roma nel 1966, ha alzato il sipario nel 1998 senza più fermarsi, portando nella provincia senese live performance dei più prestigiosi musicisti internazionali.

Non solo. Fondazione Banfi si fa anche promotrice di preziose iniziative per lo studio, ricerca e valorizzazione di pratiche enologiche che permettono di produrre etichette d'eccellenza, come

## La culture de la durabilité Bilan développement durable 2022

L'engagement de Castello Banfi pour la mise en valeur du patrimoine de sa région va de pair avec une culture du développement durable. L'entreprise, très sensible à ce facteur, met en place chaque année des actions et des solutions en faveur de l'environnement et des personnes qui travaillent pour sa grande famille.

Cet engagement croissant et les résultats ainsi obtenus sont consignés dans son bilan développement durable qui, pour l'année 2022, a été réalisé en collaboration avec Musumeci.

## Una cultura della sostenibilità Bilancio di Sostenibilità 2022

All'impegno culturale promosso da Castello Banfi nei confronti del territorio si aggiunge anche la cultura della sostenibilità, elemento caro all'azienda che, anno dopo anno, promuove importanti iniziative e soluzioni a favore dell'ambiente e delle persone che lavorano in questa piccola grande famiglia.

A raccontare questo sempre crescente impegno e i suoi risultati è il Bilancio di Sostenibilità che, per l'anno 2022, è stato realizzato in collaborazione con la Musumeci.



L'extérieur du domaine Banfi  
*L'esterno della tenuta Banfi*







Vue de nuit par avion de l'un des rendez-vous musicaux du festival « Jazz & Wine in Montalcino »  
*Veduta aerea notturna di uno degli appuntamenti musicali del festival "Jazz & Wine in Montalcino"*

Le lien qui unit le Castello Banfi et la culture est profond et unique. L'art sous toutes ses formes, et notamment la musique, s'exprime dans l'ensemble de la région. C'est ainsi que l'un des événements majeurs organisés au château voit le jour: le « Jazz & Wine in Montalcino ». Né d'une rencontre fortuite entre Banfi et le festival de jazz de Villa Celimontana à Rome en 1966, il a levé le rideau pour la première fois en 1998 et ne l'a plus jamais baissé, attirant dans la province de Sienne les musiciens internationaux les plus talentueux et renommés.

Banfi, c'est aussi une fondation à l'origine d'importantes actions pour l'étude, la recherche et la mise en valeur des pratiques œnologiques qui permettent de produire des vins d'exception. On retiendra notamment la Sanguis Jovis, la haute école du Sangiovese (la variété de vigne la plus cultivée en Italie), ou le Musée du Verre et de la Bouteille et son parcours immersif qui transportent les visiteurs du verre ancien à la bouteille moderne, à travers la riche collection de la famille Mariani.

Castello Banfi, c'est une histoire d'amour et de passion scellée dans une bouteille de vin. Au cœur de Montalcino, ce domaine est une destination d'une rare beauté, où la culture du bon vin est imprégnée d'art, d'histoire, de terroir et d'hospitalité.

Sanguis Jovis, l'Alta Scuola del Sangiovese, o il Museo del Vetro, un racconto immersivo che dal vetro antico porta alla bottiglia moderna, attraverso la ricca collezione della Famiglia.

Una storia d'amore e passione racchiusa all'interno di una bottiglia di vino: dal cuore di Montalcino, Castello Banfi è una destinazione dalla rara bellezza, dove la cultura del "buon bere" è intrisa di arte, storia, cultura e ospitalità d'eccellenza.

# Moments



C'est au Brassus, niché entre ciel et terre,  
que le Musée Atelier Audemars Piguet invite  
ses hôtes à un voyage placé sous le signe  
de l'histoire et de la culture de la Haute  
Horlogerie suisse

Federica Mascetti



# PRÉCIEUX

**En bas:** Musée Atelier Audemars Piguet, Le Brassus, 2020

**In basso:** Musée Atelier Audemars Piguet, Le Brassus, 2020

# M

ajestueuse et contemporaine, la spirale de verre du Musée Atelier Audemars Piguet se détache sur le ciel de la vallée de Joux. Cette région est fortement marquée par l’empreinte de la Haute Horlogerie suisse et la passion et le savoir-faire y apparaissent

littéralement enracinés dans le temps. Chaque création de la manufacture iconique du Brassus est un joyau de technologie et d’artisanat, conçu comme une pièce d’orfèvrerie renfermant les secrets anciens d’une mécanique et d’un design intemporels. Au cœur de cette étroite vallée suisse, Jules Louis Audemars et Edward Auguste Piguet ont fondé leur atelier en 1875 dans le bâtiment où la société a toujours des bureaux aujourd’hui. Ce sont ces locaux qui ont inspiré l’emplacement et la création de l’édifice qui héberge le Musée Atelier, fièrement inauguré en 2020. Les deux bâtiments, dont la forme et les matériaux sont en net contraste, représentent la dualité de la maison, entre tradition et innovation, en hommage à son passé, à son présent et à son avenir visionnaire.

## Momenti preziosi

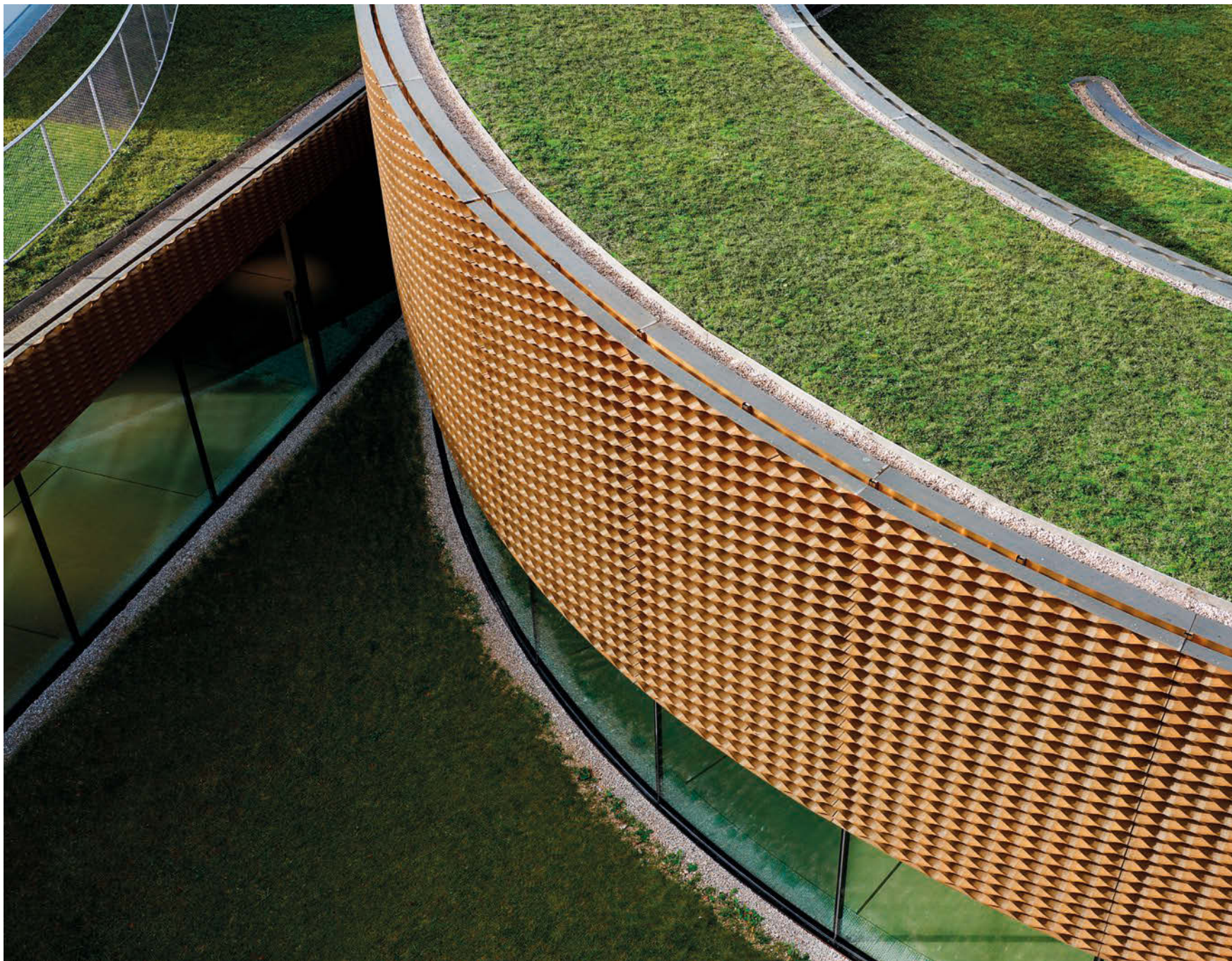
***A Le Brassus, fra terra e cielo, apre il Musée Atelier Audemars Piguet per un viaggio nella storia e nella cultura dell’Alta Orologeria elvetica***

Maestosa e contemporanea, la spirale in vetro del Musée Atelier Audemars Piguet si staglia contro il cielo della Vallée de Joux dove l’artigianalità dell’Alta Orologeria elvetica racconta una storia di passione e savoir faire, letteralmente radicata nel tempo. Ogni creazione della Maison di Le Brassus è, infatti, un gioiello di tecnologia e manualità, disegnata come un prezioso progetto che custodisce gli antichi segreti di una meccanica e di un design intramontabili.

È proprio in questa stretta valle della Svizzera che, nel lontano 1875, Jules Louis Audemars e Edward Auguste Piguet fondarono il loro atelier nell’edificio dove, ancora oggi, si trovano gli uffici storici dell’azienda, spunto per il posizionamento e la creazione della costruzione che ospita il Musée Atelier, inaugurato con orgoglio nel 2020. I due edifici, infatti, in netta contrapposizione per forme e materiali, rappresentano la doppia anima della Maison, fra tradizione e contemporaneità, in omaggio al suo passato, presente e futuro visionario.

Sono circa 300 i preziosi segnatempo della collezione privata – capolavori di miniaturizzazione, complessità tecnica e design non convenzionale – che si svelano negli ambienti di questo spazio espositivo, concepito dal celebre studio ATELIER BRÜCKNER come una raffinata partitura musicale che si adagia sul terreno, integrandosi armoniosamente con il paesaggio, permettendo ai visitatori un viaggio immersivo nel tempo e nella tecnica; gli interludi che si vengono a creare, caratterizzati da sculture, installazioni cinetiche e simulazioni di importanti movimenti meccanici alla base degli orologi Audemars Piguet offrono, infatti, la possibilità di scoprire le specifiche del “mestiere”, testando le proprie abilità durante alcune fasi della lavorazione,





Quelque 300 précieux garde-temps de la collection privée, chefs-d'œuvre de miniaturisation, de complexité technique et de design, sont exposés dans cet espace. Les salles d'exposition ont été conçues par le célèbre cabinet Atelier Brückner, à l'image d'une partition de musique raffinée qui se déroule sur le sol, s'intégrant harmonieusement au paysage et plongeant les visiteurs dans une expérience immersive à travers le temps et la technologie. Les intermèdes créés, caractérisés par des sculptures, des installations cinétiques ou des maquettes des mouvements mécaniques complexes au cœur des montres Audemars Piguet, offrent la possibilité de découvrir les spécificités du métier, et de s'essayer à certaines techniques ancestrales, comme le satinage et le perlage. Le point culminant de la visite se situe au centre de la spirale, où l'on peut admirer les Grandes Complications.







C'est également ici, au cœur du bâtiment de verre, que s'ouvrent les portes de deux ateliers. Là, des artisans, héritiers de savoirs transmis de génération en génération, réalisent les créations les plus précieuses et les plus complexes d'Audemars Piguet. Le premier atelier, dédié aux Grandes Complications, voit naître des mains d'un seul et même horloger des garde-temps comptant quelque 648 composants et nécessitant entre six et huit mois de travail. Le second, appelé Métiers d'art, réunit maîtres joailliers, sertisseurs et graveurs qui donnent vie à des chefs-d'œuvre de haute joaillerie.

Du verre au bois, la spirale est reliée à la maison des fondateurs qui abrite: les registres et les archives de la manufacture, le département du Patrimoine, la Fondation Audemars Piguet (qui contribue à la conservation des forêts sur le territoire suisse et à l'international), et l'atelier de restauration. Ce dernier a symboliquement trouvé sa place au sommet de la bâtisse, à l'endroit même où tout a commencé. C'est là que les maîtres horloger perpétuent le rare savoir-faire ancestral nécessaire à la restauration des pièces les plus compliquées. Leurs établis ont été réalisés par des artisans locaux.

come la satinatura e il perlage. Un percorso nella bellezza manifatturiera che culmina al centro della spirale, dove ammirare i pezzi Grande Complication, caratterizzati da un movimento particolarmente complesso. Ma non solo: qui, infatti, nel cuore dell'edificio in vetro si aprono le porte di due laboratori atelier in cui gli artigiani, testimoni dell'heritage tramandato di generazione in generazione, realizzano le creazioni più preziose e complesse di Audemars Piguet. Dedicato alle Grandi Complicazioni, il primo laboratorio ospita la realizzazione degli orologi caratterizzati da oltre 648 componenti, dai sei agli otto mesi; ciascun segnatempo viene affidato alle mani di un solo maestro orologiaio che ne segue tutto il processo di lavorazione. Il secondo atelier, invece, ospita i Métiers d'Art, dove la protagonista è l'Alta Gioielleria, realizzata da gioiellieri altamente qualificati, incastonatori e incisori. Dal vetro al legno, dalla spirale all'edificio storico, si susseguono la stanza dei registri di fabbricazione, gli archivi, il Dipartimento Heritage, la Fondazione Audemars Piguet, attiva nella salvaguardia delle foreste nel mondo, e l'Atelier di Restoration, quest'ultimo ricollocato al piano superiore come quando tutto ebbe inizio; qui, orologiai altamente specializzati riportano

## PROJECTS

Musée Atelier Audemars Piguet, Intérieur, Le Brassus, 2020

*Musée Atelier Audemars Piguet, Interno, Le Brassus, 2020*

Ce sont ces racines créatives qui ont également permis de braquer les projecteurs du Musée Atelier sur l'art, notamment contemporain. Les artistes y sont appelés à explorer, à proposer des œuvres abordant les thèmes de la nature, du temps et de la précision. Leurs œuvres permettent ainsi aux hôtes de s'immerger dans l'univers géographique, culturel et technique de la maison par le biais fascinant de l'art.

Deux cents ans d'histoire et de passion prennent vie au cœur du Musée Atelier Audemars Piguet. Un hommage à la manufacture de Haute Horlogerie qui, ici au Brassus où tout a commencé, poursuit son voyage entre tradition et innovation, guidée par une forte détermination.

antichi segnatempo al loro splendore originario, appoggiandosi a tavoli da lavoro realizzati da artigiani locali.

Un dna dalla vocazione creativa che ha portato i riflettori del Musée Atelier ad accendersi anche sull'arte, in particolare contemporanea; gli artisti coinvolti sono chiamati a realizzare opere in grado di generare un potente confronto con i temi della natura, del tempo e della precisione, invitando così i visitatori a immergersi nell'universo geografico, culturale e tecnico della Maison attraverso il coinvolgente linguaggio delle arti.

Duecento anni di storia e passione prendono vita nel cuore del Musée Atelier Audemars Piguet. Un omaggio alla Manifattura dell'Alta Orologeria che qui a Le Brassus, dove tutto è iniziato, continua con determinazione il suo affascinante viaggio tra tradizione e contemporaneità.







# LE TEMPS DE S'ÉMOUVOIR

Federica Mascetti

## Des montres qui célèbrent des étapes et des moments importants de la vie, entre tradition et innovation

Mesurer le temps, marquer une occasion. Depuis 1853, les créations Tissot, rigoureusement fabriquées en Suisse, sont devenues les témoins des événements qui jalonnent la vie. L'existence est un voyage dans lequel ce n'est pas tant la destination qui compte, mais les succès, les émotions et les souvenirs dont le parcours de chaque personne est imprégné.

C'est cette célébration du moment que la maison horlogère, nichée dans les montagnes du Locle, nous livre avec savoir-faire et esprit pionnier, en créant de précieux garde-temps qui savent conjuguer maîtrise ancestrale avec innovation et polyvalence, dans une quête permanente de nouveaux modèles, capables de saisir les spécificités de ses admirateurs les plus fervents pour les intégrer avec un soin et un raffinement extrêmes à leur poignet. C'est une recherche passionnée, tournée vers le futur, que mène la maison suisse, dans le but d'offrir des produits au design unique, pour accompagner les personnes souhaitant porter «une Tissot» dans toutes les situations de la vie quotidienne, tout en redécouvrant des facettes et des dimensions inédites que la marque élabore en surfant littéralement sur les vagues du temps.

Les défis de notre ère poussent Tissot à regarder droit devant, quelles que soient les circonstances, comme l'évoque la campagne Garde le cap: une invitation au dynamisme de notre époque, avec ses changements, sans perdre de vue son objectif de départ, dans le respect du savoir-faire qui rend chaque création reconnaissable entre mille.

Les aiguilles se déplacent rapidement, mais les valeurs de Tissot, les pierres angulaires autour desquelles tourne un héritage séculaire, sont toujours les mêmes, à l'instar de ses montres, qui mesurent le temps avec brio et sont les témoins d'aventures et de souvenirs gravés dans la mémoire.

Ce sont précisément ces aventures qui ont poussé la maison à se pencher sur la dimension sportive, explorée aujourd'hui avec un enthousiasme croissant, à grand renfort d'expérimentations technologiques, pour donner naissance à des montres spécialement dédiées au fitness: des compagnons d'entraînement chargés d'adrénaline, où les pas, les battements de cœur, les respirations et les émotions s'unissent, pour établir un rythme unique et

## Il tempo di emozionarsi

*Orologi che celebrano momenti e traguardi, fra tradizione manifatturiera e innovazione*

Misurare il tempo, ricordare un traguardo. Dal 1853 le creazioni di Tissot, sinonimo di arte manifatturiera svizzera, si fanno, infatti, testimoni di quelle importanti occasioni che caratterizzano il vissuto di ciascuno; un viaggio di cui non è la destinazione il motore principale, ma i successi, le emozioni e le memorie di cui è intessuto l'intero percorso personale.

Una celebrazione del momento, quindi, che la Maison con sede fra le montagne di Le Locle racconta con maestria e spirito pionieristico realizzando preziosi segnatempo che, all'antica tradizione orologiera, affiancano innovazione e versatilità, sempre alla ricerca di nuovi modelli in grado di intercettare i desideri dei propri appassionati e riportarli con estrema cura e raffinatezza al loro polso.

Una ricerca appassionata che viaggia in direzione futura, con l'obiettivo di offrire prodotti dal design inconfondibile in grado di accompagnare chi desidera indossare «un Tissot» in ogni situazione del quotidiano, riscoprendo anche lati e dimensioni inedite che l'universo della Maison elabora cavalcando, letteralmente, le onde del tempo.



Tissot T-Touch Connect Sport



Tissot PRX Powermatic 80

entraînant. Secondes, minutes et instants de passion et d'efforts sont, par exemple, suivis par la Tissot T-Touch Connect Sport, configurée pour capter chaque mouvement, même lorsque le corps est au repos, et conçue pour absorber la lumière et l'énergie solaire et prolonger ainsi la charge de la batterie, pour un entraînement connecté sans interruption.

Voici l'exemple d'un dialogue parfait entre fabrication suisse et innovation, capacité d'adaptation à n'importe quel nouveau défi et désir de repousser ses limites, tel un athlète, un sportif qui souhaite toujours donner son maximum en affrontant de nouveaux parcours et obstacles avant de finalement franchir la ligne d'arrivée.

Sfide avvincenti che spingono il brand a guardare sempre avanti, come suggerisce la campagna Focus Forward; un invito a rivolgere la propria attenzione alla dinamicità del nostro tempo, con i suoi cambiamenti, mantenendo però costante la rotta originaria, nel rispetto di quel prezioso savoir faire che rende riconoscibile ogni creazione.

Le lancette scorrono veloci, ma i valori guida di Tissot, cardini attorno a cui ruota ancora oggi un heritage ultrasecolare, rimangono immutati. Proprio come i suoi orologi, abili misuratori del tempo e testimoni di avventure e ricordi ben impressi nella memoria. E sono proprio queste avventure che hanno spinto la Maison a

# Les défis de notre ère poussent Tissot à regarder droit devant







Tissot T-Touch Connect Sport

Les montres Tissot ne sont donc plus de simples garde-temps, mais de véritables écrans d'émotions. Les succès et les souvenirs de chaque voyage personnel se succèdent rapidement au rythme des tic-tac, dans la perfection d'un artisanat précieux enraciné dans la précision et le dévouement qui guident l'entreprise depuis plus de 100 ans. Les aiguilles se déplacent rapidement mais, au Locle, le temps semble s'être symboliquement arrêté, dans le respect de la tradition qui rend uniques les créations de la maison, le cœur enraciné dans le passé mais le regard toujours tourné vers le futur et la nouveauté. Chaque montre célèbre les occasions de la vie et nous rappelle, serrée à notre poignet, que ce n'est pas tant la destination finale qui compte, mais bien le chemin parcouru.

indagare anche la dimensione sportiva, oggi esplorata con sempre maggiore entusiasmo e sperimentazione tecnologica attraverso orologi speciali dedicati al fitness, testimoni di percorsi carichi di adrenalina in cui sono i passi, i battiti, i respiri e le emozioni a incontrarsi, stabilendo un unico ritmo incalzante. Secondi, minuti e attimi di passione e fatica che vengono monitorati, ad esempio, dal Tissot T-Touch Connect Sport, configurato per catturare ogni movimento, anche quando il corpo è a riposo, e progettato per assorbire luce ed energia solare in grado di conferire una carica prolungata alla batteria, per un allenamento costantemente connesso.

Questo l'esempio di un incontro perfetto fra dna manifatturiero elvetico e profonda innovazione, capacità di adattamento verso ogni nuova sfida e desiderio di spingersi oltre i propri limiti, proprio come un atleta, uno sportivo che desidera dare il massimo affrontando sempre nuovi percorsi e ostacoli per tagliare, infine, il desiderato traguardo.

Ogni orologio Tissot, quindi, non è più un semplice segnatempo, ma un vero e proprio contenitore emozionale. I successi e le memorie di ogni viaggio personale si inseguono veloci a ogni ticchettio, nella perfezione di una pregiata artigianalità che affonda le sue radici nella precisione e dedizione che guida l'azienda da oltre 100 anni. Le lancette scorrono veloci, ma a Le Locle il tempo sembra, metaforicamente, essersi fermato, nel rispetto di quella tradizione che rende uniche le creazioni della Maison; con il cuore ancorato al passato, ma con uno sguardo sempre rivolto al futuro e alla novità, ogni orologio celebra le occasioni della vita, ricordando che non è tanto la destinazione finale che conta, ma il proprio percorso, da tenere stretto al polso.

*Sfide avvincenti che  
spingono il brand a  
guardare sempre avanti*

# Capturer L'ESPRIT DE L'ART

Catturare l'anima  
dell'arte A cura di Haltadefinizione

**Quand l'art dialogue avec la technologie**  
*Dove l'arte incontra la tecnologia*

Numériser le patrimoine culturel permet de mettre en valeur les trésors artistiques et de les mettre à disposition des générations futures. La numérisation des œuvres d'art est réalisée à différentes fins, telles que la conservation, l'utilisation, l'archivage ou la reproduction.

Les différentes techniques modernes de numérisation ont donné naissance à un nouveau rapport à l'art et à une approche totalement nouvelle de la valorisation de ce patrimoine. L'un des objectifs de ces campagnes est de diffuser la culture à travers de nouveaux moyens. Il s'agit d'une façon non seulement de préserver la beauté et l'histoire des lieux, mais aussi d'y donner accès.

Un nombre toujours plus élevé d'entreprises se spécialise dans la numérisation d'œuvres d'art et d'objets culturels pour les

Digitalizzare il patrimonio culturale permette di valorizzare i tesori artistici e renderli fruibili per le generazioni future.

La digitalizzazione di opere d'arte viene realizzata per vari scopi, come la conservazione, la fruizione, l'archiviazione o la riproduzione. Oggi esistono diverse tecniche di digitalizzazione che hanno dato vita a un approccio all'arte e alla sua valorizzazione totalmente nuovi. Uno degli obiettivi delle campagne di digitalizzazione è quello di aprire nuove strade per la cultura: in questo modo, è possibile preservare non solo la bellezza e la storia dei luoghi, ma anche l'accesso a essi.

Sempre più aziende si sono specializzate nelle attività di digitalizzazione di opere d'arte e oggetti culturali all'interno di musei, archivi e biblioteche (GLAM – Gallery, Libraries, Archives and

Le Caravage, «Giuditta e Oloferne»  
© Haltadefinizione Image Bank.  
Avec l'autorisation du Ministère de la culture italien,  
Gallerie Nazionali di Arte Antica  
*Caravaggio, "Giuditta e Oloferne" © Haltadefinizione  
Image Bank. Su concessione di Ministero della Cultura,  
Gallerie Nazionali di Arte Antica*







musées, les archives et les bibliothèques (les GLAM – Gallery, Libraries, Archives and Museums). Présente depuis vingt ans dans le secteur de la numérisation gigapixels et 3D d'œuvres d'art, de manuscrits et d'objets au sein des GLAM, la société de technologie italienne Haltadefinizione est devenue un acteur majeur de son domaine.

### **La beauté de l'art en très haute définition**

Haltadefinizione a fait ses débuts dans la numérisation d'œuvres d'art en 2005, avec la photographie en gigapixels de la «paroi de Gaudenzio». Il s'agit d'un cycle de fresques monumentales (10,4 x 8 mètres) réalisées par Gaudenzio Ferrari en 1513 pour le Santuario della Madonna delle Grazie, à Varallo Sesia. Ce projet a permis à Haltadefinizione d'être la première société au monde à publier une photo d'œuvre d'art de 8,6 gigapixels.

Cet exploit a été suivi par la numérisation en gigapixels de l'un des plus grands chefs-d'œuvre de l'histoire de l'art: «La Cène» de Léonard de Vinci. Une première campagne de numérisation a eu lieu en 2007, qui a permis de publier une image de 16,1 gigapixels, restée des années la plus grande image numérique jamais réalisée. S'ensuivra une deuxième campagne en 2010.

Museums). Un acteur de premier plan dans ce domaine, actif depuis environ 20 ans dans le secteur de la digitalisation en gigapixel et 3D d'œuvres d'art, de manuscrits et d'objets à l'intérieur des GLAM, est la tech-company italienne Haltadefinizione.

### **La bellezza dell'arte in altissima definizione**

Haltadefinizione fa il suo debutto nel campo della digitalizzazione delle opere d'arte nel 2005, con l'acquisizione gigapixel della Parete Gaudenziana, monumentale ciclo di affreschi (10,4 x 8 metri) dipinto da Gaudenzio Ferrari nel 1513 nel Santuario della Madonna delle Grazie a Varallo Sesia. Questo progetto di digitalizzazione ha portato Haltadefinizione a essere la prima società al mondo a pubblicare una foto da 8,6 gigapixel di un'opera d'arte.

A questa impresa pionieristica segue la digitalizzazione in gigapixel di uno dei più grandi capolavori di tutta la storia dell'arte: l'«Ultima Cena» di Leonardo. Si è proceduto con una prima campagna di digitalizzazione nel 2007 – che ha portato alla pubblicazione di un'immagine da 16,1 gigapixel, per anni la più grande immagine digitale mai realizzata – e una seconda acquisizione fotografica nel 2010. In questi anni inizia un nuovo stimolante

Campagne de numérisation gigapixels  
de «La Cène» de Léonard de Vinci  
*Campagna di digitalizzazione gigapixel  
del Cenacolo Vinciano*

Ces dernières années, un nouveau projet passionnant a vu le jour: la photographie en gigapixels des fresques de Giotto dans la chapelle des Scrovegni. Pour pouvoir capturer l'intégralité de la surface peinte (de plus de 700 mètres carrés), une campagne photographique de grande envergure a été menée, avec pas moins de 14 000 clichés réalisés, ayant nécessité plus d'un an de travail. Il est désormais possible d'admirer dans le détail chaque recoin de ces superbes fresques grâce à un viseur multimédia à 360 degrés qui offre une nouvelle perspective sur le chef-d'œuvre de Giotto: l'image peut être agrandie des dizaines de fois sans jamais perdre en définition.

La photographie en gigapixels du cycle de fresques a été combinée avec la numérisation panoramique à 360 degrés de l'œuvre dans son milieu. Cela permet – pour la première fois – d'admirer le ciel étoilé et les scènes depuis n'importe quel endroit du monde, en entrant virtuellement à l'intérieur de la chapelle.

Ces deux succès majeurs ont permis de nouvelles collaborations avec les plus grands musées italiens. Parmi les plus beaux projets, nous pouvons citer celui du Musée des Offices de Florence, qui a permis d'acquérir en très haute définition des chefs-d'œuvre tels que «Le Printemps» et «La Naissance de Vénus» de Botticelli. Se trouvent également en tête, les programmes réalisés avec les Galeries nationales d'art ancien de Rome, la Galleria dell'Accademia de Florence, le Museo del Novecento et la pinacothèque de Brera de Milan, qui ont engendré la numérisation de célèbres œuvres de Raphaël, du Caravage et de Mantegna.

La réalisation de toutes ces campagnes de numérisation a conduit à la création d'une vaste banque d'images, accessible à tous gratuitement en ligne: la banque d'images de Haltadefinizione (<https://www.haltadefinizione.com/image-bank/>).

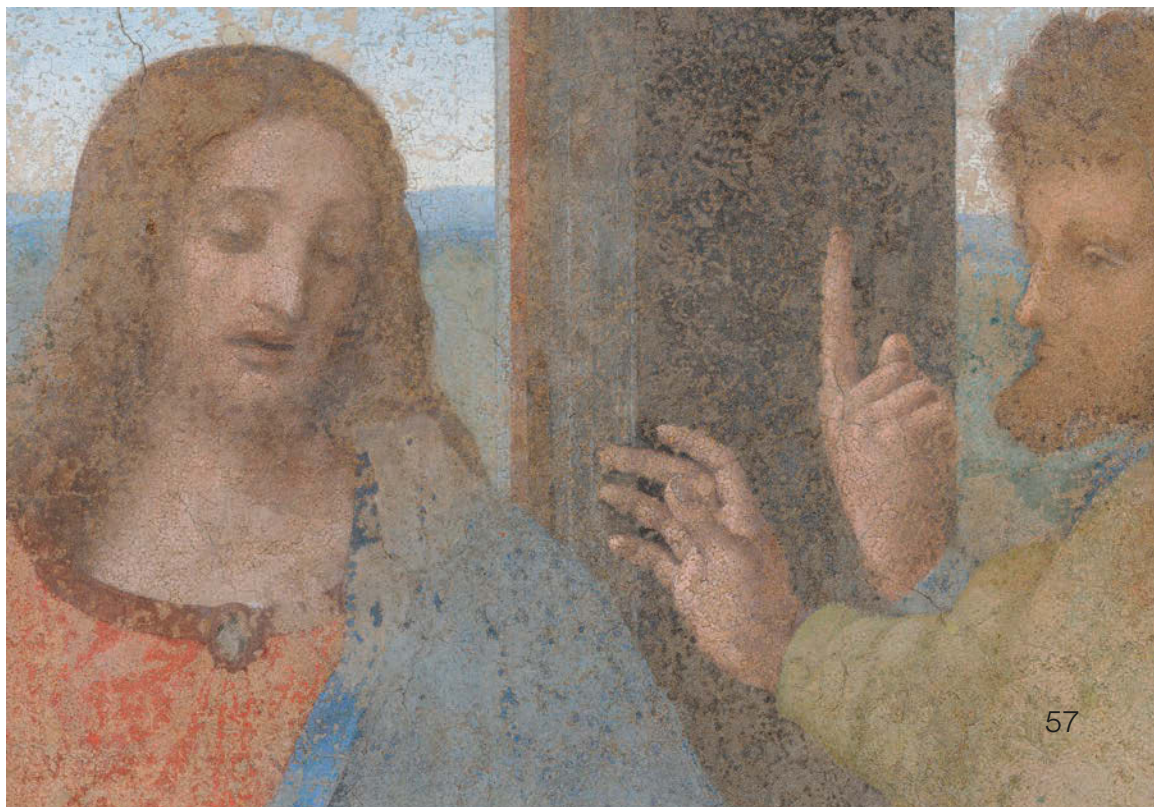
Léonard de Vinci, «La Cène», 1494-1498, Peinture murale à la détrempe, basilique de Santa Maria delle Grazie, Milan © Haltadefinizione Image Bank. Avec l'autorisation du Ministère de la culture italien,

Direzione Regionale Musei Lombardia  
*Leonardo da Vinci, "Ultima Cena", 1494-1498, Pittura murale a secco, Basilica di Santa Maria delle Grazie, Milano*  
© Haltadefinizione Image Bank. Su concessione di Ministero della Cultura, Direzione Regionale Musei Lombardia

progetto: l'acquisizione gigapixel degli affreschi giotteschi della Cappella degli Scrovegni. Per rilevare l'intera superficie dipinta di oltre 700 metri quadrati, è stata realizzata un'imponente campagna fotografica per un totale di 14.000 scatti e un anno di lavoro per l'elaborazione delle immagini. Da quel momento, è stato possibile navigare all'interno degli incantevoli affreschi attraverso un visore multimediale a 360 gradi che offre una prospettiva nuova sul capolavoro di Giotto: l'immagine può essere ingrandita decine di volte senza mai perdere definizione.

L'acquisizione gigapixel del ciclo di affreschi è stata combinata con la digitalizzazione panoramica a 360 gradi dell'intero ambiente: questo permette – per la prima volta – di ammirare il cielo stellato e le scene affrescate da qualsiasi parte del mondo, entrando virtualmente all'interno della cappella.

Dopo queste due milestone, sono nate nuove collaborazioni con i più importanti istituti museali italiani. Tra i progetti di successo vanno ricordati quelli presso gli Uffizi di Firenze – durante il quale sono stati acquisiti in altissima definizione capolavori come la «Primavera» e la «Nascita di Venere» di Botticelli – le Gallerie



## PROJECTS

**Page suivante en haut:** Détail d'un filigrane des lettres de Lucrece Borgia

**Pagina seguente in alto:** *Dettaglio di una filigrana dalle lettere di Lucrezia Borgia*

### Les grands projets de numérisation

L'année 2017 marque une nouvelle étape importante pour Haltadefinizione, qui rejoint l'éditeur Franco Cosimo Panini, en qualité de société de technologie et référence de pointe pour les services numériques destinés aux musées et aux bibliothèques.

Grâce à l'expérience de l'éditeur, spécialisé depuis plus de trente ans dans les ouvrages et services d'art, de nouveaux défis s'ouvrent à Haltadefinizione qui commence à prendre part à des projets innovants en partenariat avec des entreprises de premier plan sur la scène des entités numériques. Le premier exemple est la numérisation des vastes collections de la Bibliothèque universitaire Estense de Modène et la création et le développement qui en découlent d'Estense Digital Library (EDL), une plateforme numérique qui permet d'étudier ces précieux documents depuis le monde entier. Outre Haltadefinizione, des entreprises leaders dans le domaine de la numérisation de documents, des métadonnées et de l'archivage (Hyperborea et Mida Digit), ainsi que dans le développement de matériel et de logiciels spécifiques à la numérisation et la gestion d'images (Memooria) ont participé au projet. Cet ensemble de collaborations a permis de développer une architecture modulable pour la transformation numérique des collections d'institutions culturelles publiques et privées.

D'autres grands projets suivent: la numérisation d'une grande partie des collections de la Galerie nationale de l'Ombrie à Pérouse (numérisation gigapixels, 3D et diagnostic multispectral, de plus de 100 peintures, sculptures, retables, meubles et fresques) et la numérisation des lettres et des registres de Lucrece Borgia aux Archives d'État de Modène.

### Partenariats internationaux

En 2021, l'entreprise s'ouvre au marché international avec un nouveau site en Allemagne, grâce à un partenariat avec Verlag Müller, Schindler et Faksimile Verlag. Cette étape importante permet à Haltadefinizione de proposer ses services de pointe aux musées de toute l'Europe.

Le dernier partenariat en date d'Haltadefinizione est justement avec Genoud, qui est spécialisée dans les projets graphiques et éditoriaux

Nazionali di Arte Antica di Roma, la Galleria dell'Accademia di Firenze, il Museo del Novecento e la Pinacoteca di Brera di Milano, con la digitalizzazione di celebri opere di Raffaello, Caravaggio e Mantegna. La realizzazione di queste ulteriori campagne di digitalizzazione ha portato alla creazione di un vasto archivio di immagini disponibile per chiunque gratuitamente online. Nasce così la Image Bank di Haltadefinizione (<https://www.haltadefinizione.com/image-bank/>).

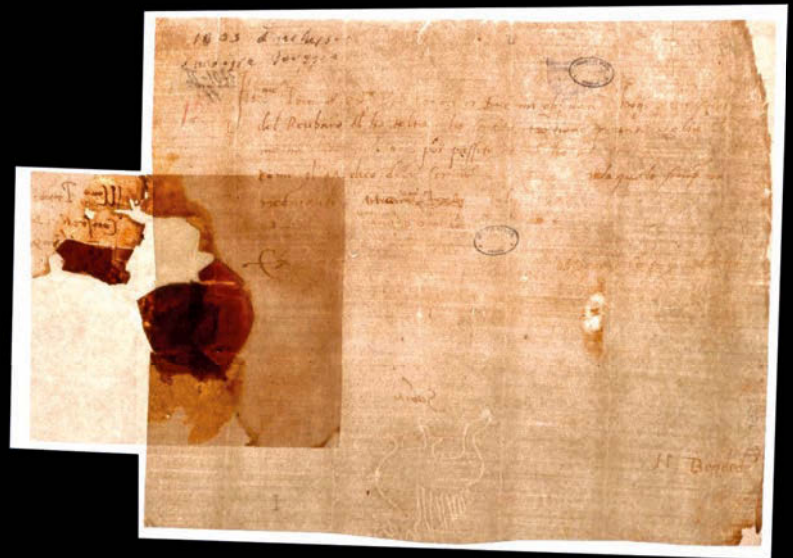
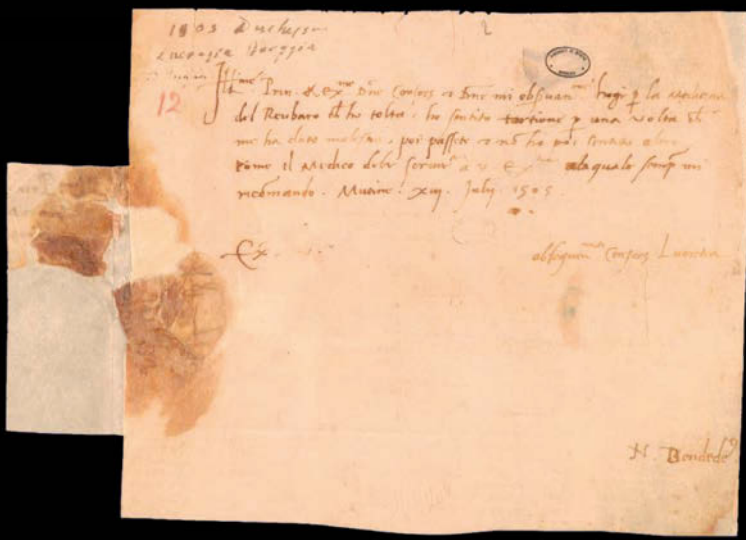
### I grandi progetti di digitalizzazione

Il 2017 rappresenta un nuovo importante traguardo per Haltadefinizione che entra a far parte della casa editrice Franco Cosimo Panini, diventandone la tech company e brand di punta per i servizi digitali per musei e biblioteche.

Grazie all'esperienza della casa editrice, specializzata da più di 30 anni in pubblicazioni e servizi per l'arte, si aprono nuove sfide per Haltadefinizione, che inizia a prendere parte a innovativi progetti in partnership con aziende di punta nel panorama delle Digital Humanities.

Il primo esempio è la digitalizzazione di vasti fondi della Biblioteca Estense Universitaria di Modena e la conseguente creazione e sviluppo di Estense Digital Library (EDL), piattaforma digitale che consente di studiare questi preziosi documenti da ogni parte del mondo. Oltre ad Haltadefinizione, hanno preso parte al progetto aziende leader in scansione documentale, metadattazione e archiviazione (Hyperborea e Mida Digit) e nello sviluppo di hardware e software per la digitalizzazione e per la gestione di immagini (Memooria). Questo ecosistema ha sviluppato un'architettura modulabile per la trasformazione digitale delle collezioni di enti culturali pubblici e privati.

Seguono altri grandi progetti come la digitalizzazione di gran parte delle collezioni della Galleria Nazionale dell'Umbria a Perugia (digitalizzazione gigapixel, 3D e diagnostica multispettrale di oltre 100 dipinti, statue, sculture, pale d'altare, arredi e affreschi) e la digitalizzazione delle lettere e dei registri di Lucrezia Borgia presso l'Archivio di Stato di Modena



en lien avec le monde de l'art et de l'industrie du luxe. Cette nouvelle collaboration permet d'étendre le champ d'activité de la tech company au domaine du patrimoine d'entreprises haut de gamme. Ensemble, ils pourront travailler sur différents projets destinés à valoriser les patrimoines culturels suisses. Un exemple parmi d'autres: la numérisation d'une partie de la prestigieuse collection numismatique du MAH, le Musée d'art et d'histoire de Genève, comprenant plus de 80 000 pièces, qui sera acquise en très haute définition lors du processus de réorganisation et de catalogage de la collection.

### Partnership internazionali

Nel 2021 la tech company si apre al mercato internazionale con una nuova sede in Germania, grazie alla partnership con Verlag Müller, Schindler e Faksimile Verlag. Importante traguardo che consente ad Haltadefinizione di presentare i suoi servizi esclusivi e d'avanguardia ai musei di tutta Europa.

L'ultima, recentissima, partnership di Haltadefinizione è con Genoud, azienda fondata nel 1957 a Losanna e specializzata in progetti grafici ed editoriali legati al mondo delle arti e all'industria del lusso. Questa nuova collaborazione permette di ampliare il campo delle attività della tech-company anche al mondo dell'arte e dell'heritage aziendale di alta gamma: insieme, sarà possibile lavorare a diversi progetti volti a valorizzare i patrimoni culturali svizzeri. Un esempio è il progetto di digitalizzazione di parte della prestigiosa collezione numismatica del MAH – Musée d'Art et d'Histoire de Genève, che comprende oltre 80.000 manufatti, che verrà acquisita in altissima definizione durante il processo di riordino e catalogazione della collezione.



Campagne de numérisation gigapixels des lettres de Lucrece Borgia aux Archives d'État de Modène  
 Campagna di digitalizzazione gigapixel e a luce trasmessa delle lettere di Lucrezia Borgia presso l'Archivio di Stato di Modena



# LA GAMeC

Costanza Romagnoli

une agora de l'art  
contemporain

un'agorà dell'arte contemporanea

**Au cœur de Bergame, ville chargée d'histoire et de culture, la GAMeC est une référence pour les amateurs d'art moderne et contemporain. Fondée en 1991 pour célébrer l'innovation artistique, la Galleria d'Arte Moderna e Contemporanea s'est aujourd'hui imposée comme une destination culturelle incontournable, attirant des visiteurs du monde entier**

Depuis plus de trente ans, la GAMeC est un lieu dynamique d'intégration, d'échange et d'approfondissement culturels, qui évolue constamment pour accueillir l'art moderne et contemporain sous toutes ses formes.

Les expositions individuelles et collectives d'artistes internationaux sont assorties d'un riche programme d'activités et de rendez-vous pensés pour différents publics: ateliers, projets et workshops pour enfants; rencontres, cours et itinéraires pour adultes, familles et personnes âgées; formations et projets spéciaux organisés en collaboration avec des organismes locaux. L'institution ne se contente donc pas d'exposer des œuvres d'art extraordinaires, mais joue également un rôle actif dans l'éducation et l'enrichissement culturels.

La galerie a connu de nombreuses phases d'expansion et d'évolution, devenant un joyau culturel et une référence pour les amateurs d'art. Elle a accueilli des expositions d'artistes italiens et internationaux célèbres et possède une collection de grande valeur. Toujours ouverte à la collaboration avec des organisations publiques et privées, la GAMeC entretient d'importants partenariats avec d'autres institutions sur le plan local, national et international. C'est aujourd'hui un lieu où l'art parle, inspire et incite le visiteur à réfléchir aux multiples interprétations de la créativité humaine. Elle est renommée pour ses expositions temporaires passionnantes et éclectiques, offrant l'opportunité de se plonger dans l'art contemporain le plus avant-gardiste, de découvrir de nouvelles inspirations et de nouveaux

## PROJECTS

***Nel cuore di Bergamo, città intrisa di storia e cultura, la GAMeC è un punto di riferimento per gli amanti dell'arte moderna e contemporanea. Fondata nel 1991, con l'obiettivo di celebrare l'innovazione artistica, oggi la Galleria d'Arte Moderna e Contemporanea è diventata una destinazione culturale imperdibile che attrae visitatori da tutto il mondo***

Da oltre 30 anni la GAMeC si pone come luogo dinamico di confronto, approfondimento e integrazione culturale in continua evoluzione, accogliendo l'arte moderna e contemporanea in tutte le sue forme.

Mostre personali e collettive di artisti internazionali sono affiancate da un ricco calendario di attività e appuntamenti pensati per diverse tipologie di pubblico: laboratori, progetti e workshop per i più piccoli, incontri di approfondimento, corsi e percorsi per adulti, famiglie e anziani, occasioni di formazione e progetti speciali attivati in collaborazione con enti del territorio. La struttura non si limita, infatti, a esporre opere d'arte straordinarie, ma svolge anche un ruolo attivo nell'educazione e nell'arricchimento culturali.

La Galleria ha vissuto molte fasi di espansione ed evoluzione, diventando un gioiello culturale e un punto di riferimento per gli amanti dell'arte; ha ospitato mostre di celebri artisti italiani e internazionali e vanta una collezione di grande valore. Da sempre propensa a collaborare con enti pubblici e privati, la GAMeC gode di significativi partenariati con istituzioni a livello cittadino, nazionale e internazionale.

Oggi è un luogo in cui l'arte parla, ispira e sfida il visitatore a riflettere sulle molteplici interpretazioni della creatività umana. È rinomata per le sue mostre temporanee affascinanti ed eclettiche, un'opportunità per immergersi nell'arte più avanguardista e scoprire nuovi spunti e talenti, ma anche per ambiziosi progetti come Radio GAMeC, riconosciuta dall'UNESCO tra i migliori progetti museali al mondo nati durante la pandemia.

Attorno alla storia della GAMeC, che poi è la storia delle sue raccolte d'arte, frutto di preziose donazioni di artisti internazionali e collezionisti, nasce il progetto "La Collezione Impermanente". Si tratta di una piattaforma di ricerca, espositiva e laboratoriale, che dal 2018 mette in risalto la natura ibrida della collezione della Galleria, riflettendo sul suo carattere dinamico e a tratti contraddittorio. Attraverso una serie di appuntamenti, il progetto mira a costituire al contempo uno strumento di ricerca sul patrimonio custodito, uno spazio di riflessione sul collezionismo e sulle politiche istituzionali di acquisizione, e un terreno di sperimentazione curatoriale. Proprio perché la storia della GAMeC è una storia in divenire che ha fame

Vue de l'exposition «Black Hole. Arte e matericità tra Informe e Invisibile», premier chapitre du projet «La Trilogia della Materia» (2018-2023).

Photographie: Antonio Maniscalco

Veduta della mostra "Black Hole.

Arte e matericità tra Informe e Invisibile", primo capitolo del progetto "La Trilogia della Materia" (2018-2023).

Foto: Antonio Maniscalco





... la GAMeC est un  
lieu dynamique  
d'intégration





talents; mais aussi pour ses projets ambitieux tels que Radio GAMeC, créée pendant la pandémie, reconnue par l'UNESCO comme l'une des meilleures du monde en lien avec les musées. L'histoire de la GAMeC, qui est aussi celle de sa collection d'art, fruit de précieuses donations d'artistes internationaux et de collectionneurs, a donné naissance au projet « La Collezione Impermanente ». Cette plateforme dédiée à la recherche, aux expositions et aux ateliers met en lumière, depuis 2018, la nature hybride des fonds possédés par la galerie, en se penchant sur leur caractère dynamique voire parfois contradictoire. À travers une série de rendez-vous, le projet se pose à la fois comme un outil de recherche sur le patrimoine qu'il conserve, un espace de réflexion sur le collectionnement et les politiques institutionnelles d'acquisition, et un terrain d'expérimentation pour les conservateurs.

Toujours en quête de nouvelles perspectives, la GAMeC ne cesse de croître. Des travaux de rénovation/réhabilitation ont été initiés dans l'ancien Palazzetto dello Sport qui accueillera d'ici environ deux ans le nouveau siège de la galerie. L'espace

di prospettive future, sono partiti da poco i lavori per la nuova sede che tra circa due anni troverà posto nel vecchio Palazzetto dello Sport riqualificato. Si prevedono spazi espositivi triplicati: « Il progetto concretizza l'ambizione di fare della GAMeC un punto di riferimento di rilievo internazionale per l'arte moderna e contemporanea, dotandola di una sede funzionale tanto alle grandi esposizioni quanto a laboratori, convegni e attività didattiche », spiega Giorgio Gori, sindaco di Bergamo. « La progettazione di una nuova GAMeC – dichiara il direttore Lorenzo Giusti – è un obiettivo coerente con la crescita delle raccolte d'arte e con l'aumento progressivo del pubblico che ha interessato la Galleria dalla sua costituzione nel 1991 fino a oggi ». Nel frattempo durante il biennio 2024-2025, sarà promosso il progetto « Pensare come una montagna », un programma culturale diffuso che coinvolgerà tutta la Provincia di Bergamo. Esso mira a esplorare i principi della sostenibilità e della collettività attraverso esperienze creative condivise, coinvolgendo artisti provenienti da diverse realtà geografiche e culturali. Il programma include laboratori, performance collettive e interventi nello spazio pubblico, con l'obiettivo di avviare un dibattito sul ruolo e le funzioni

# ... la GAMeC si pone come luogo dinamico di confronto

dédié aux expositions devrait ainsi tripler: « Ce projet concrétise l'ambition de faire de la GAMeC une référence internationale en matière d'art moderne et contemporain, en la dotant d'un lieu fonctionnel pour les grandes expositions comme pour les ateliers, les conférences et les activités pédagogiques », explique Giorgio Gori, maire de Bergame. « La conception d'une nouvelle GAMeC, ajoute le directeur Lorenzo Giusti, est un objectif en accord avec la croissance de la collection et l'augmentation progressive du public de la galerie depuis sa création en 1991 jusqu'à nos jours. » Entre-temps, la période 2024-2025 accueillera le projet « Pensare come una montagna », un programme culturel fractionné qui s'étendra à toute la province de Bergame. L'ambition est dans ce cas d'explorer les principes du développement durable et de la collectivité à travers des expériences créatives communes, en engageant des artistes issus de différents horizons géographiques et culturels. Le programme comprend des ateliers, des performances collectives et des interventions dans l'espace public, dans le but de lancer un débat sur le rôle et les fonctions de l'institution artistique dans le contexte local, en prévision de l'ouverture du nouveau site.

La GAMeC est un atout majeur pour Bergame et sa région: elle contribue à l'éducation artistique, à l'enrichissement culturel et à l'attrait touristique de la ville. Elle inspire et passionne la communauté locale et au-delà.

GAMeC – Galleria d'Arte Moderna  
e Contemporanea de Bergame  
Photographie: Giulio Boem  
GAMeC – Galleria d'Arte Moderna  
e Contemporanea di Bergamo  
Foto: Giulio Boem

L'exposition «... And the Animals Were Sold» de l'artiste anglaise Rachel Whiteread, présentée pendant l'été 2023 dans la Sala delle Capriate du Palazzo della Ragione de Bergame. Photographie: Lorenzo Palmieri

*La mostra "..." And the Animals Were Sold" dell'artista inglese Rachel Whiteread, presentata nell'estate 2023 nella Sala delle Capriate del Palazzo della Ragione di Bergamo.*

*Foto: Lorenzo Palmieri*

dell'istituzione artistica nel contesto locale, preliminare all'apertura della nuova sede museale.

La GAMeC gioca dunque un ruolo davvero vitale a Bergame e nel suo territorio, contribuisce all'educazione artistica, all'arricchimento culturale e all'attrattiva turistica della città ispirando e appassionando la comunità locale e non solo.



# BIRD'S EYE

Les montagnes autour de nous  
vues d'en haut

A dramatic sky at sunset or sunrise, with a bird in flight on the left and a sea of clouds below. The sky transitions from a deep blue at the top to a bright orange and yellow near the horizon. The clouds are illuminated with the warm colors of the sun, creating a textured, undulating surface.

# VIEW

*Le montagne che ci circondano  
viste dall'alto*

En ouverture/In apertura  
Sylvain Mauroux

Tel l'œil d'un faucon qui plane au-dessus des sommets, l'objectif de l'appareil photo a capturé quelques-uns des superbes paysages qui se succèdent en haute montagne, entre Lausanne en Suisse et Aoste en Italie. L'ensemble est dominé par le mont Blanc qui perce le ciel avec majesté.

Des cours d'eau, des arbres au feuillage caméléonesque, des sols enneigés et, tout autour, le silence.

Un récit visuel fait de clichés qui rendent hommage à la beauté d'une nature préservée.

Come l'occhio di un falco che sorvola le cime delle montagne, l'obiettivo fotografico ha catturato alcuni degli affascinanti paesaggi che si susseguono in alta quota, fra la svizzera Losanna e l'italiana Aosta, dominati dal Monte Bianco che si innalza maestoso nel cielo.

Corsi d'acqua, alberi dal camaleontico foliage, terreni innevati e, tutto intorno, silenzio.

Un racconto visivo che, scatto dopo scatto, omaggia la bellezza incontaminata della natura.

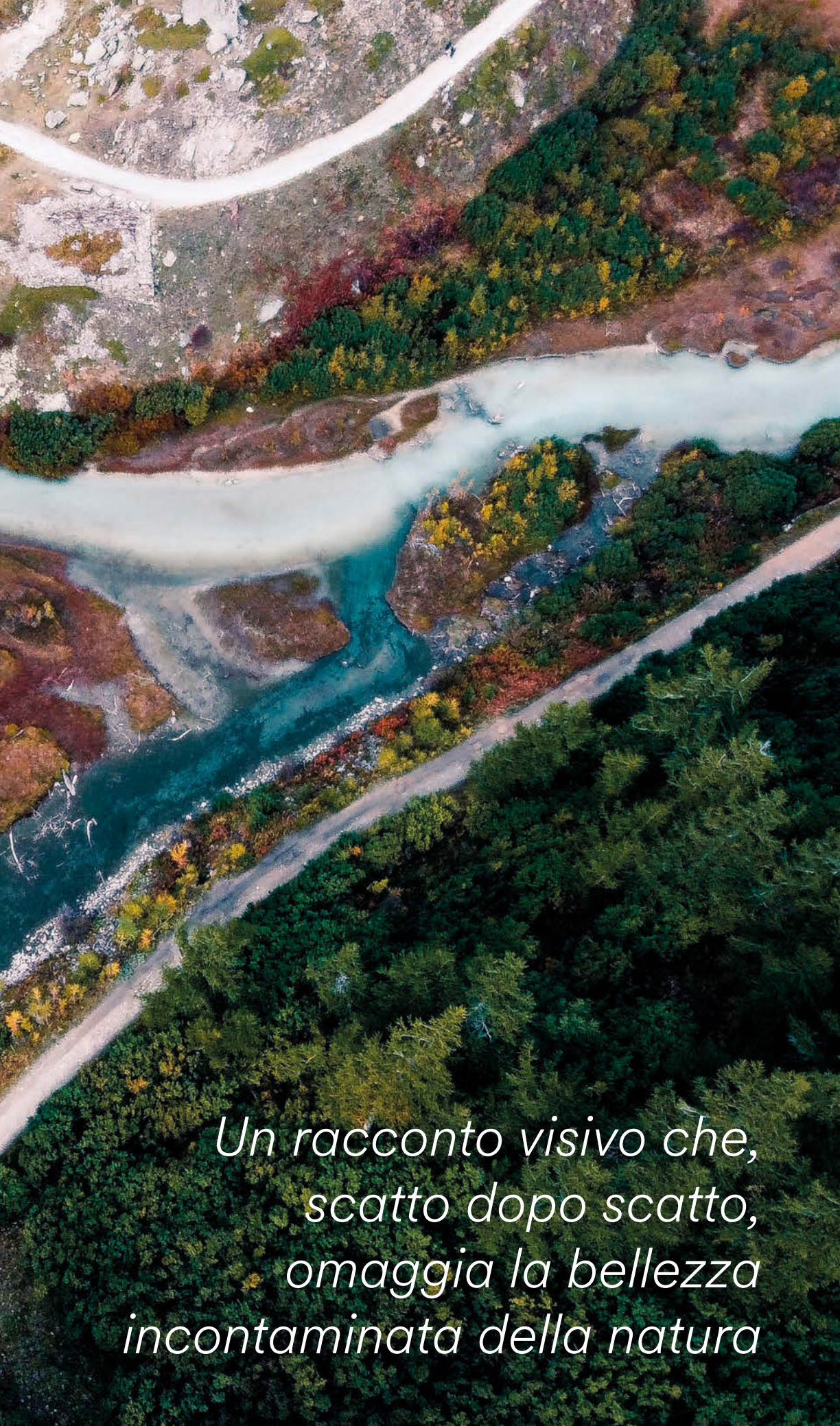
Un récit visuel  
fait de clichés qui  
rendent hommage  
à la beauté d'une  
nature préservée



Jonathan Gallegos







*Un racconto visivo che,  
scatto dopo scatto,  
omaggia la bellezza  
incontaminata della natura*



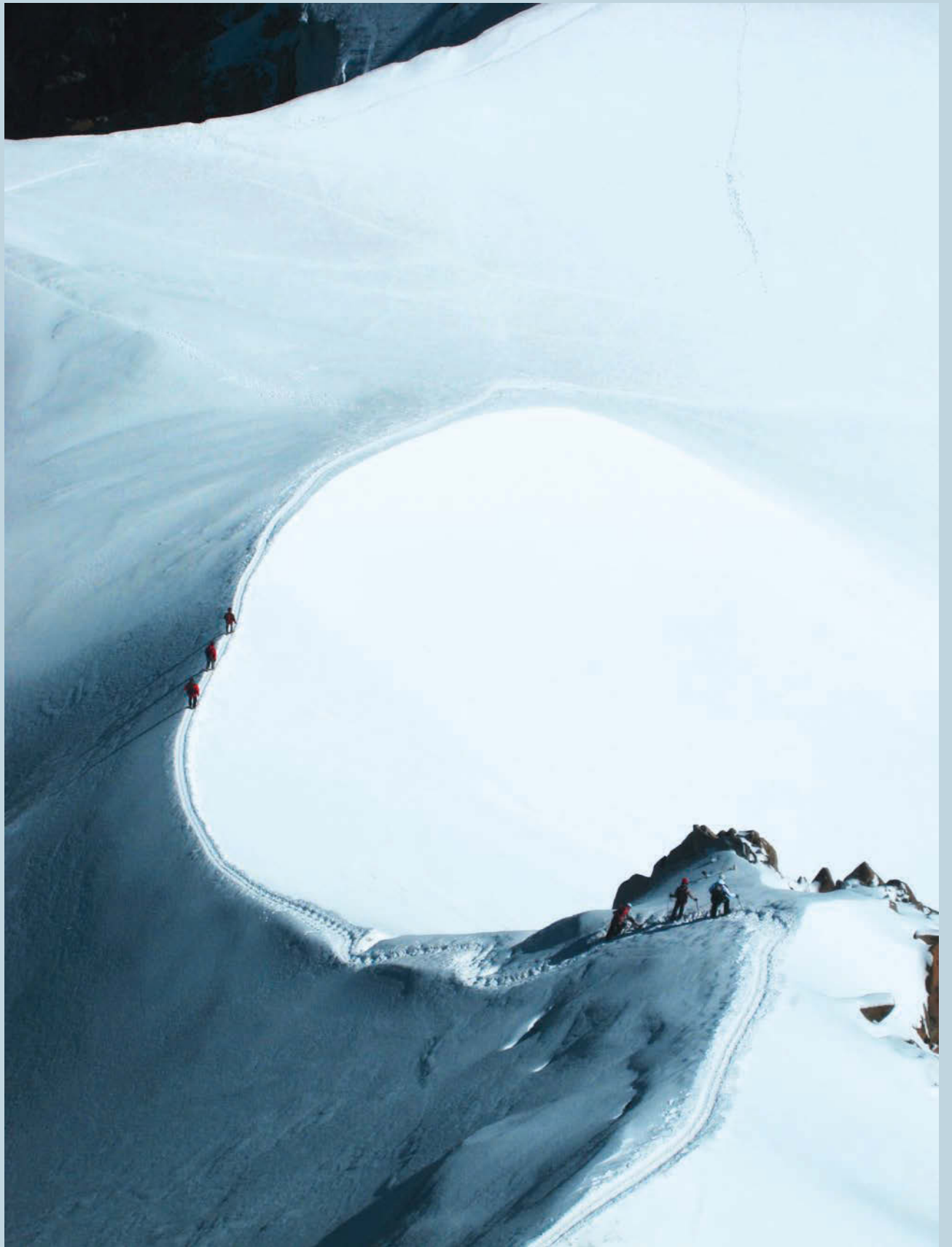
Simon Fital



*... alberi dal  
camaleontico foliage,  
terreni innevati e, tutto  
intorno, silenzio*

... des arbres  
au feuillage  
caméléonesque, des  
sols enneigés et, tout  
autour, le silence





Les caractères suisses ont contribué à écrire l'histoire de la communication visuelle et influencé le graphisme contemporain et ses messages

# OVE

Les polices de caractères représentent une forme d'art visuel aux origines très anciennes. Depuis leur invention, elles incarnent l'esthétique d'un texte et, sous l'angle de la communication, elles témoignent de l'évolution des techniques de design et d'imprimerie.

Leur histoire remonte à la Chine ancienne, lorsque les premiers caractères de l'alphabet étaient gravés sur du bois, puis imprimés sur du papier. Ce n'est qu'au XV<sup>e</sup> siècle, quand Johannes Gutenberg a inventé l'imprimerie à caractères mobiles, que la notion de style typographique proprement dit a commencé à se diffuser. La production de textes devient alors de plus en plus facile et accessible à tous. Pour la première fois, des affiches et des livres commencent à circuler, imprimés avec une police de caractères unique, sans coquilles ni erreurs dues à des écritures illisibles. Ensuite, pendant la Renaissance, les imprimeurs ont ressenti le besoin de se démarquer de leurs concurrents. C'est ainsi qu'ont vu le jour les différentes polices de caractères exprimant la personnalité et le style du typographe. Ces véritables « marques de fabrique » se sont répandues d'abord en Europe puis, au XIX<sup>e</sup> siècle, dans le

*Il contributo dei caratteri svizzeri ha scritto la storia della comunicazione visiva, ispirando la grafica contemporanea e i suoi messaggi*

Giulia Terraneo / Marco Ferrari

# ETTERS

I font, o caratteri tipografici, sono una forma d'arte visiva dalle radici antichissime. Dalla loro invenzione incarnano l'estetica di un testo e, dal punto di vista comunicativo, sono la più intima testimonianza dell'evoluzione delle tecniche di design e tipografia.

La loro storia ha inizio al tempo dell'antica Cina, quando i primi caratteri dell'alfabeto venivano incisi su legno e successivamente stampati su carta. È solo nel XV secolo, con l'invenzione della stampa a caratteri mobili per mano di Johannes Gutenberg, che il concetto vero e proprio di stile tipografico inizia a diffondersi. La produzione di testi diviene sempre più pratica e accessibile a tutti e per la prima volta iniziano a circolare manifesti e libri stampati con carattere unico, privi di sviste o errori dovuti a grafie illeggibili.

Durante il Rinascimento, poi, gli stampatori sentono l'esigenza di distinguersi dai loro concorrenti nel mercato della stampa: nascono, quindi, i diversi caratteri tipografici che esprimono la personalità e lo stile dello stampatore, veri e propri "marchi di fabbrica" che si diffondono prima in tutta Europa e, nel XIX secolo, a livello mondiale grazie alla rivoluzione industriale e alla produzione su larga scala di giornali, libri e riviste. È l'inizio della grafica moderna, un'era che raggiunge il suo massimo splendore nel 1957, quando Max Miedinger e Eduard Hoffmann permettono al loro paese natale, la Svizzera, di assumere un ruolo di rilievo nell'ambito della creazione di font. Nasce così Helvetica, l'iconico carattere ancora

# ... des pensées et des mots aux multiples significations, mais unies par les mêmes caractères iconiques

monde entier grâce à la révolution industrielle et à l'impression à grande échelle des journaux, livres et autres revues. On assiste alors aux débuts du graphisme moderne qui atteint son apogée en 1957, lorsque Max Miedinger et Edouard Hoffmann donnent l'occasion à la Suisse, leur pays natal, de jouer un rôle de premier plan dans la création de polices de caractères. Ainsi naît l'emblématique police Helvetica, considérée aujourd'hui encore comme l'une des plus influentes au monde, saluée pour sa clarté et sa lisibilité. Les années 1960 ont donné ses lettres de noblesse à Helvetica à travers le monde. Le pic de popularité est atteint lorsqu'elle est utilisée pour promouvoir de grandes marques comme la NASA, Fiat et Nestlé, pour n'en citer que quelques-unes. Le caractère sans empattements le plus célèbre de la planète s'impose ainsi comme une référence du design graphique pour sa simplicité, sa clarté et son aptitude à se prêter à de multiples applications.

Quelques années plus tard, une autre police suisse iconique commence à se faire une place dans l'Olympe des caractères stars. Il s'agit d'Univers, créée par le designer suisse Adrian Frutiger la même année qu'Helvetica. Son style typographique s'impose dans le domaine de la signalétique mais il est aussi souvent adopté pour les claviers de la marque Apple.

Ces deux polices de caractères suisses ont profondément marqué l'histoire du design graphique en dominant campagnes publicitaires et projets éditoriaux, tant sur papier qu'en ligne, et

oggi tra i più influenti e utilizzati al mondo, noto per chiarezza e facile leggibilità. Gli anni Sessanta si rivelano un periodo d'oro per lo sviluppo e la diffusione di Helvetica a livello globale, soprattutto quando la sua popolarità raggiunge il suo apice, grazie all'impiego del carattere nella promozione di alcuni grandi marchi, tra cui NASA, Fiat e Nestlé. Il carattere sans serif più celebre del pianeta diventa così un capolavoro del design grafico grazie alla sua semplicità, chiarezza e adattabilità a molteplici tipologie di applicazione.

Qualche anno dopo, anche un altro iconico font svizzero inizia a farsi strada nell'Olimpo dei caratteri più utilizzati: è il caso di Univers, ideato dal designer svizzero Adrian Frutiger nello stesso anno di Helvetica, uno stile tipografico di grande popolarità nell'ambito della segnaletica e spesso utilizzato anche per le tastiere Apple.

Entrambi i caratteri svizzeri hanno profondamente influenzato la storia del graphic design dominando campagne pubblicitarie e progetti editoriali, sia cartacei sia online, contribuendo ad attuare una vera e propria rivoluzione nel campo della tipografia. Con la loro eleganza senza tempo, la facile leggibilità e versatilità, hanno elevato l'arte degli stili tipografici e influenzato intere generazioni di giovani designer nella creazione di visual storytelling memorabili e accattivanti.

Helvetica e Univers sono patrimoni universali della grafica moderna, due font iconici molto simili, ma al contempo profondamente



Balanced construction

Straight serif construction

Open aperture

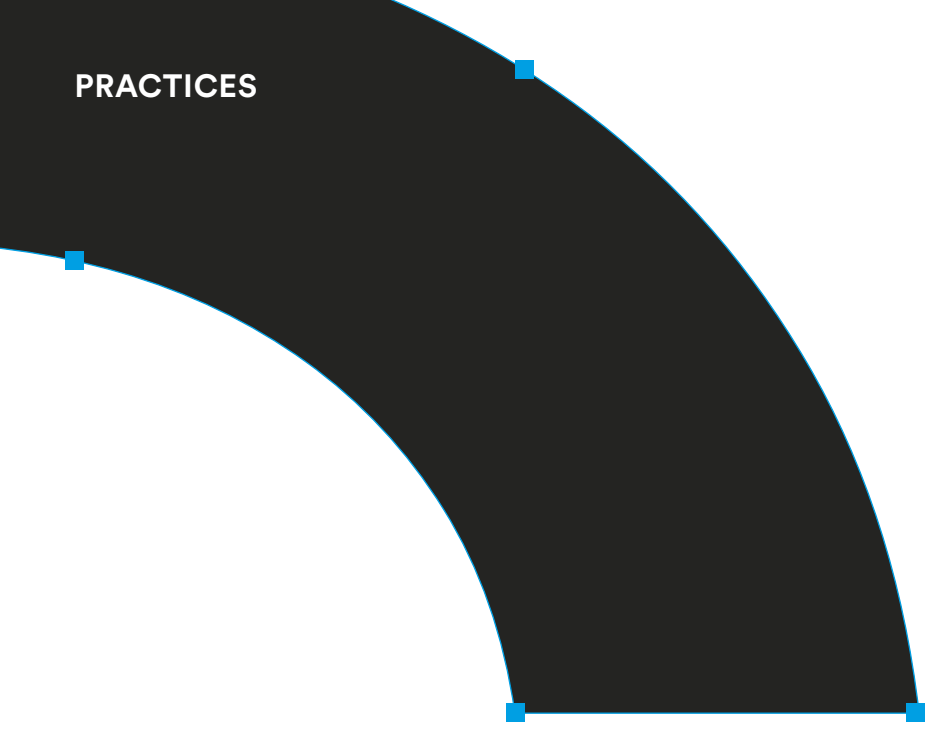
Sans serif design

Low contrast

Neat connection

# Helvetica

# PRACTICES



*pensieri e parole,  
molteplici significati...  
ma uniti dagli stessi  
iconici caratteri*

en contribuant à une véritable révolution dans le domaine de l'imprimerie. Fortes d'une élégance intemporelle, faciles à lire et polyvalentes, elles ont élevé la typographie au rang d'art et influencé des générations entières de jeunes designers dans la création de storytellings visuels mémorables et attrayants.

Helvetica et Univers représentent un patrimoine universel du graphisme moderne. Ces deux polices iconiques sont à la fois similaires et profondément différentes, deux styles qui ont marqué l'histoire de la communication visuelle en faisant d'une esthétique percutante et reconnaissable leur marque de fabrique. Elles apparaissent chaque jour dans les magazines, sur les panneaux d'affichage et sites web, dans les projets de promotion de produits, dans les slogans des grandes marques et surtout dans les notes, les slides et les textes écrits par des millions de personnes: des pensées et des mots aux multiples significations, profondément différentes les unes des autres, mais unies par les mêmes caractères iconiques.

diversi, due stili che hanno scritto la storia della comunicazione visiva facendo di un'estetica impattante e facilmente riconoscibile il proprio marchio di fabbrica. Li troviamo ogni giorno nelle riviste, sui cartelloni e sui siti web, nei progetti di promozione di prodotti, negli slogan delle grandi aziende e soprattutto negli appunti quotidiani, slide e testi scritti da milioni di persone: pensieri e parole, molteplici significati profondamente diversi l'uno dall'altro, ma uniti dagli stessi iconici caratteri.

# L'ART

Giulia Terraneo



# d'emballer

L'arte di imballare

De simple contenant à objet convoité, le packaging est aujourd'hui une question sérieuse

*Da semplice contenitore a oggetto del desiderio, il packaging, oggi, è una questione seria*

# Ce qui n'était qu'un simple contenant, est maintenant devenu partie intégrante du produit

Da semplice  
contenitore,  
quindi, il  
packaging ha  
assunto un  
ruolo rilevante,  
diventando parte  
integrante del  
prodotto

Papier et carton. Voici le point de départ d'un voyage complexe, à mi-chemin entre technique et expérimentation, créativité et travail manuel. Une traversée qui transforme un matériau ordinaire en un objet au design original et attrayant, capable de protéger un produit, mais aussi de mettre en valeur ses caractéristiques et ses particularités, au travers de perceptions tactiles et visuelles qui révèlent l'ADN de la marque, à grand renfort de couleurs et de détails.

Dès la préhistoire, l'être humain a ressenti le besoin de conserver sa nourriture et protéger les artefacts nécessaires à sa survie dans des contenants artisanaux fabriqués à partir de matières premières trouvées dans la nature. Avec l'invention de l'imprimerie

Carta e cartone. Questo il punto di partenza di un viaggio complesso, fra tecniche e sperimentazioni, creatività e manualità che trasforma un comune materiale in un oggetto dal design originale e accattivante, in grado non solamente di proteggere un prodotto, ma di esaltarne caratteristiche e particolarità, attraverso percezioni tattili e visive che raccontano, sotto forma di colori e dettagli, il dna del brand.

Fin dalla preistoria, gli uomini hanno sentito l'esigenza di proteggere e conservare alimenti e oggetti utili alla sopravvivenza in contenitori artigianali composti da materiali trovati in natura. Grazie all'invenzione della stampa a caratteri mobili da parte di Gutenberg nel 1455 e alla rivoluzione industriale del XVIII

à caractères mobiles par Gutenberg en 1455 et la révolution industrielle du XIX<sup>e</sup> siècle, le packaging a évolué jusqu'à prendre la forme que nous lui connaissons aujourd'hui, en embrassant la nécessité moderne de sublimer les produits, de les rendre encore plus attractifs et séduisants aux yeux du public.

Ce qui n'était qu'un simple contenant est maintenant devenu partie intégrante du produit: un objet convoité que l'on achète et expose avec fierté. Il est également un élément moteur de la notoriété des marques; un détail percutant, aussi bien dans les boutiques physiques que dans l'univers e-commerce, où les emballages deviennent les vedettes des vidéos unboxing (déballage) sur les réseaux sociaux.

Il s'agit d'un enjeu important pour les opérateurs du secteur de la papeterie, un domaine d'excellence particulièrement dynamique en Italie, qui compte plus de 600 entreprises ayant pour mission première le design, la conception et la création de packaging.

Un packaging réussi repose sur un binôme indissociable: fonctionnalité et créativité. C'est ce que nous explique Germano Spino, chargé de Luxury Printing Sales chez Musumeci. Germano travaille en étroite collaboration avec de nombreuses marques de luxe, et les accompagne pour créer le conditionnement parfait pour chaque nouveau produit s'appêtant à conquérir le marché.

Un processus minutieux et complexe qui commence par l'étude détaillée de la marque et notamment d'une exigence commune: être identifiée par une image bien précise, un motif ou un logo reconnaissables dans n'importe quel contexte. Après un premier briefing avec le client, durant lequel ce dernier expose ses objectifs de vente et sa vision artistique et fonctionnelle du produit, vient la recherche d'idées capables de conjuguer fonctionnalité et créativité, en sélectionnant des papiers et des encres qui apportent de l'attrait au packaging, tout en respectant l'identité de la marque. La finalité est de satisfaire le client en lui proposant dans le même temps des matériaux qui répondent aux exigences de production en termes de coût, de délai et d'aspect fonctionnel de l'assemblage.





secolo, il packaging si evolve nella forma che conosciamo, accogliendo e assecondando la necessità del tempo di valorizzare i prodotti, rendendoli ancora più accattivanti e appetibili per il pubblico finale.

Da semplice contenitore il packaging è diventato parte integrante del prodotto e “oggetto del desiderio” da acquistare ed esibire con orgoglio, oltre che ovviamente elemento trainante per l’awareness dei brand; un dettaglio impattante sia nel contesto off line sia nel mondo digitale, dove le confezioni diventano protagoniste di virali sessioni di “unboxing”.

Una sfida importante per chi lavora con la cartotecnica, eccellenza che in Italia conta una filiera viva e pulsante formata da più di 600 aziende che fanno dell’ideazione, progettazione e creazione del packaging la loro missione primaria.

Un packaging di successo nasce dall’indissolubile binomio funzionalità/creatività, come racconta Germano Spino, Luxury Printing Sales della Musumeci. Germano lavora a stretto contatto con numerosi brand del lusso, accompagnandoli nella creazione del confezionamento perfetto per ogni nuovo prodotto pronto a conquistare il mercato.

Un processo minuzioso e complesso che ha inizio dallo studio dettagliato del brand cliente tenendo conto della comune esigenza di identificarsi con un’immagine ben precisa, un pattern o un logo che sia riconoscibile in qualunque contesto. Dopo un primo briefing con il cliente in cui vengono esposti gli obiettivi di vendita e la concezione artistica e funzionale del prodotto, si passa alla ricerca di idee in grado di unire estro, funzionalità e qualità, scegliendo carte, finishing e inchiostri che rendano il packaging esteticamente accattivante, rispettando il dna del marchio. L’obiettivo è soddisfare la visione del cliente proponendo allo stesso tempo materiali idonei alle esigenze produttive dell’azienda in termini di costi, tempistiche e aspetti funzionali dell’assemblamento. Un packaging deve rispondere a tre richieste fondamentali: contenimento del prodotto nella sua integrità, protezione e valorizzazione finale a seconda del messaggio e dell’immagine di se stessa che l’azienda vuole veicolare, insieme al tanto desiderato “effetto wow” che rende l’oggetto un must.



L'emballage doit remplir trois critères fondamentaux: contenir le produit dans son intégralité, le protéger et, *in fine*, le sublimer en fonction du message et de l'image que l'entreprise souhaite transmettre; le tout accompagné du fameux effet « waouh! » transformant l'objet en must.

Une autre question se pose, cette fois-ci à propos de la durabilité. Est-il possible de produire un packaging entièrement écologique? On peut répondre par l'affirmative, mais il faut tenir compte de nombreux éléments, à commencer par le papier et sa filière de fabrication, transparente et durable de bout en bout. Le groupe Genoud/Musumeci s'investit avec enthousiasme dans cette noble mission, comme en attestent les nombreuses certifications que l'entreprise a obtenues au fil des ans: PSO®, PDFX-ready®, Imprim'Vert®, FSC®, ClimatePartner®, écrans calibrés. La société s'applique également à utiliser des énergies renouvelables et emploie des matières premières certifiées FSC®, qui garantissent la bonne gestion et la régénération des forêts abattues.

A questi cardini imprescindibili si aggiunge il tema della sostenibilità. Si può realizzare un packaging totalmente green? La risposta è affermativa, ma gli elementi da considerare sono numerosi, a partire dalla carta e della sua filiera produttiva, trasparente e sostenibile in tutte le sue fasi.

Un caso che il gruppo Genoud/Musumeci supporta con entusiasmo, sostenendo la nobile missione attestata dalle numerose certificazioni che l'azienda si è vista riconoscere negli anni quali PSO®, PDFX-ready®, Imprim'Vert®, FSC®, ClimatePartner®, schermi calibrati, nonché dall'utilizzo di energia derivata da fonti sostenibili impiegando materiali di partenza dotati di certificazioni FSC®, che garantisce la corretta gestione e rigenerazione delle foreste abbattute.







L'encre est un autre facteur à prendre en compte. Riche en solvants, elle est souvent remplacée par une alternative végétale de grande qualité. Le fini doit lui aussi être associé à des substances et des matières polluant le moins possible, tout en permettant d'obtenir un design attractif, notamment sur le plan visuel et tactile. Cet enchaînement pose donc un véritable défi: entre le premier échange d'idées et le résultat final, la transformation du papier en packaging s'avère complexe. Il s'agit de créer un produit de design, beau et fonctionnel, capable de raconter une histoire, susciter une émotion forte et transmettre le message de la marque. Dans ce processus, c'est le papier qui tient le rôle principal. Il passe de simple matériau à dépositaire de récits, anecdotes, expériences et sensations.

Altro fattore da tenere in considerazione è l'inchiostro, ricco di solventi, spesso sostituito con una preziosa alternativa vegetale. Anche il cosiddetto finishing deve tenere conto dell'impiego di sostanze e materiali dal minor tasso inquinante, garantendo un design accattivante, soprattutto nei suoi effetti visivi e tattili. La cartotecnica è un'autentica sfida: da un primo scambio di idee al risultato finale la trasformazione da carta a packaging si rivela un lavoro complesso, per creare un prodotto di design bello e funzionale, che sappia raccontare una storia, produrre una forte emozione e veicolare il messaggio del brand. È la carta, qui, a prendere voce. Da semplice materiale a contenitore di racconti, aneddoti, esperienze e sensazioni.

# Du magazine

## **Entretien avec Elisabetta Barracchia, Directrice des magazines « Flo »**

«Flo» a débuté comme un magazine, décliné en formats papier et numérique, avant d'évoluer pour devenir un univers aspirationnel et immersif, pour finalement donner naissance à une communauté exclusive en à peine plus d'un an. La Directrice des magazines, Elisabetta Barracchia, ayant à son actif une carrière de premier plan chez Condé Nast Italie, nous dévoile les coulisses de ce projet passionnant.

## Da magazine a brand

### *In dialogo con Elisabetta Barracchia, Direttore dei magazine "Flo"*

Nato come magazine ed evolutosi in universo immersivo e aspirazionale, "Flo" – con il suo sistema cartaceo e digitale – ha dato vita in poco più di un anno a un'esclusiva community. Elisabetta Barracchia, Direttore dei magazine con un'importante carriera in Condé Nast Italia alle spalle, svela i retroscena di questo appassionante progetto.

**Federica Mascetti / Giulia Terraneo**

# au branding





A

sposa

fno



Détail de la couverture et de l'intérieur  
du dernier numéro de «Flo Sposa»  
*Dettaglio della cover e dell'interno dell'ultimo  
numero di "Flo Sposa"*

Détail de la couverture du dernier  
numéro de «Flo Bellezza»  
*Dettaglio della cover  
dell'ultimo numero di "Flo Bellezza"*

**En tant qu'experte du secteur, quels ont été les défis à relever pour concevoir et réaliser de nouveaux projets éditoriaux tels que «Flo Dettagli» et «Flo Sposa»?**

«Le succès, ça se remporte. J'oserais même dire que ça s'invente. Rien n'arrive par hasard, même si, bien sûr, avoir la chance d'être au bon endroit au bon moment, avec la bonne personne, aide beaucoup. Mais on ne peut pas compter sur le destin. Ce n'est pas un fondement sur lequel on peut bâtir sa réussite. La véritable force, c'est le talent, votre talent.» Ce sont les mots de Franca Sozzani. Elle m'a appris à aborder les journaux comme des projets faits de belles photos, mais surtout de culture. C'est pour cette raison que j'ai accepté de relever le défi de World Wide Excellence: créer des journaux qui soient avant tout un système de communication, un encouragement à faire évoluer l'univers «Flo», en l'adaptant à la réalité qui l'entoure.

**Jusqu'à récemment, la presse papier semblait vouée à l'extinction. Mais aujourd'hui, on assiste, semble-t-il, à une renaissance, notamment dans le secteur du luxe, avec un public qui souhaite feuilleter et découvrir des produits ultra-recherchés en termes de graphisme et de matériaux. Quelles sont les raisons de cette réaffirmation du papier sur le numérique?**

Le retour du passé influence le monde de l'information et la presse écrite n'échappe pas aux conséquences des changements récents. La nouvelle ère numérique a entraîné un courant de pensée selon lequel les «nouveaux» moyens de communication avaient pris le pas sur les journaux. Comment un système qui existe depuis le XVIII<sup>e</sup> siècle pourrait-il disparaître et perdre toute utilité? Cela me semble impossible.

C'est plutôt la façon de feuilleter qui a évolué, et qui se complète avec l'accès aux plateformes d'information en phase avec leur temps. Lire un journal (ou un livre) au format papier ou numérique ne sollicite pas les systèmes perceptif et cognitif du lecteur de la même manière. Cela conduit à une compréhension, un mode de pensée et de mémoriser ce qui a été lu et vu différents.

**Da esperta del settore, quali sono state le sfide nella progettazione e realizzazione di nuovi progetti editoriali, come «Flo Dettagli» e «Flo Sposa»?**

“Il successo ce lo si guadagna, oserei dire ce lo si inventa. Niente arriva per caso anche se la fortuna di cadere al posto giusto, nel momento giusto, con la persona giusta agevola parecchio. Ma la sorte, si sa, è alterna. Non è proprio la base su cui costruire il proprio successo. Il talento, il tuo, è la vera forza”. Queste le parole di Franca Sozzani, che mi ha insegnato a vivere i giornali come progetti fatti di belle immagini, ma soprattutto di cultura. Così ho accettato la sfida di World Wide Excellence: creare giornali che siano soprattutto un sistema di comunicazione. Uno stimolo per far evolvere l'universo “Flo”, adeguandolo alla realtà che lo circonda.

**Fino a poco tempo fa l'editoria cartacea sembrava essere destinata all'estinzione. Oggi invece sembra esserci una rinascita soprattutto nel settore del lusso, con un pubblico che desidera sfogliare e scoprire prodotti iper ricercati in grafica e materiali. Quali sono i motivi della riaffermazione del cartaceo sul digitale?**

Corsi e ricorsi storici impattano il mondo dell'informazione e anche la carta stampata ha subito le conseguenze dei recenti cambiamenti. Con la nuova era digitale si è creata una corrente di pensiero che ha visto i giornali soppiantati dai “nuovi” mezzi di comunicazione. Come può un sistema che esiste dal 1700 sparire e perdere ogni utilità? Difficile.

Piuttosto, il senso dello sfogliare si è evoluto, integrandosi alle piattaforme dell'informazione al passo con i tempi. Leggere un giornale (o un libro) in formato cartaceo o digitale coinvolge in maniera differente il sistema percettivo e cognitivo del lettore, portandolo a una diversa comprensione, modo di pensare e memorizzazione di quanto letto e visto.

La lettura è un dono per la mente, è fondamentale che i giornali siano percepiti come oggetti preziosi. Non parlerei però di una riaffermazione del cartaceo, ma di una nuova convivenza che, come ogni storia d'amore, trova una nuova grammatica dell'informazione.

# ... en premier lieu, nous traitons de sujets qui passionnent

La lecture est un cadeau pour l'esprit; il est essentiel que les journaux soient perçus comme des objets nobles. Cela dit, je ne parlerais pas d'une réaffirmation du papier, mais d'une nouvelle coexistence qui découvre une nouvelle grammaire de l'information, comme toute histoire d'amour réinvente ses propres codes.

**De « Flo magazine(s) » à « système Flo ». Quels sont les atouts qui ont permis de transformer un produit papier – ou plutôt trois : « Flo Dettagli », « Flo Sposa » et « Flo Bellezza » – en une marque immersive et aspirationnelle ?**

« Flo » est une marque, qui s'impose de plus en plus comme une référence aux yeux des lecteurs et des maisons d'édition. Nous échangeons, au travers de nos médias, avec un public averti qui ne souhaite pas seulement connaître le nom du dernier it bag ou la nuance de la saison, mais également trouver des informations et ressentir des émotions. Nous essayons toujours, du magazine à nos réseaux sociaux, de la newsletter aux événements que nous proposons, d'impliquer notre lectorat en lui parlant de la culture autour d'un produit et en créant une expérience partagée.

**Comment l'univers « Flo » parvient-il à toucher sa cible ? Quelles « expériences » propose-t-il ?**

En premier lieu, nous traitons de sujets qui passionnent. Notre auditoire apprécie le travail et l'enthousiasme que la rédaction, les photographes, les artistes et plumes de renom fournissent dans la création de contenu, au point de faire de nos journaux des objets particulièrement convoités.

Les éléments qui nous aident à progresser ? Culture du produit, créativité pour un storytelling inattendu et surprenant et beaucoup de recherches car nous ne nous contentons pas de parler des maisons emblématiques, mais nous allons dénicher l'excellence chez des talents moins connus.

Elisabetta Barracchia,  
Directrice des magazines « Flo »  
*Elisabetta Barracchia,*  
*Direttore dei magazine "Flo"*





**Da “Flo Magazine(s)” a “sistema Flo”. Quali sono i punti di forza che hanno permesso la trasformazione di un prodotto cartaceo – o meglio tre, “Flo Dettagli”, “Flo Sposa” e “Flo Bellezza” – in un brand immersivo e aspirazionale?**

“Flo” è un brand, ormai sempre più punto di riferimento per lettori e marchi: dialoghiamo attraverso i media con un pubblico preparato che non vuole solo sapere il nome dell’ultima it bag o il pantone della stagione, ma reperire informazioni e provare emozioni. Cerchiamo sempre, dal magazine alle pagine social, dalla newsletter agli eventi dedicati, di coinvolgere i lettori raccontando la cultura del prodotto e creando un’experience condivisa.

**Come riesce il mondo “Flo” a coinvolgere il suo target di affezionati? Quali “esperienze” propone?**

Trattiamo, innanzitutto, temi che appassionano. I lettori apprezzano la ricerca e l’entusiasmo che la redazione, i fotografi, gli artisti e le penne illustri mettono nella creazione dei contenuti, a tal punto da rendere i giornali oggetti del desiderio. Gli ingredienti che ci aiutano a crescere? Cultura del prodotto, creatività nel raccontare in modo inaspettato e sorprendente e tanta ricerca per presentare non solo i must have delle maison blasonate, ma anche le eccellenze dei talenti meno noti.

Les trois couvertures du dernier numéro de «Flo Dettagli»  
*Le tre cover dell’ultimo numero di “Flo Dettagli”*

Imprescindibile è anche la qualità dell’oggetto, considerandone il formato, la carta e soprattutto la cura della stampa, affinché i giornali coinvolgano tutti i sensi. Palette cromatiche calibrate, il tatto materico della carta scelta con cura (tenendo in considerazione la sostenibilità) e il suo avvolgente profumo sono una chiave di successo e autentici parametri di piacevolezza.

Il nostro impegno nella qualità di forma e contenuto è costante nei confronti dei lettori che, nei nostri canali, hanno il diritto di trovare contenuti adeguati ai loro standard.

**A poco più di un anno dal lancio, che cosa significa appartenere alla community di “Flo”?**

È passato un anno e “Flo” è diventato un punto di aggregazione tale da aver dato vita in modo spontaneo a una community: “Flo Society”. Persone che si (ri)trovano nei codici dei nostri giornali. L’elemento cardine è il senso di appartenenza che

# Trattiamo, innanzitutto, temi che appassionano

Le caractère haut de gamme du magazine est également essentiel. Il convient de tenir compte du format, du papier et surtout du soin apporté à l'impression, afin que les journaux sollicitent tous nos sens. Des palettes de couleurs équilibrées, la sensation au toucher du papier soigneusement choisi (en gardant à l'esprit la durabilité) et son odeur contribuent à le rendre agréable et à son succès.

Notre engagement pour la qualité en termes de fond et de forme est constant à l'égard du lectorat, qui est en droit d'exiger du contenu qui réponde à ses attentes.

## **Un peu plus d'un an après le lancement, que signifie «appartenir à la communauté Flo»?**

Un an s'est écoulé. «Flo» rassemble les gens à tel point qu'une communauté est née spontanément: «Flo Society». Des personnes qui se retrouvent dans les codes de nos journaux. L'élément central est le sentiment d'appartenance qui unit les intérêts des lecteurs et des lectrices, ainsi que l'écrit le sociologue et théoricien Zygmunt Bauman, à l'origine de la théorie de la société liquide: «Les mots ont un sens. Certains, cependant, sont associés à un ressenti. Le mot communauté est l'un d'entre eux. Cela fait du bien.»

L'idée du bien-être a donné naissance à «Flo Society», une communauté qui se reconnaît dans les valeurs culturelles et esthétiques de l'ADN de World Wide Excellence.

La photographie exacte de notre lectorat nous permet de créer du contenu pour une plateforme particulièrement immersive. Un espace de communion cérébrale puisque c'est la rencontre qui stimule la pensée.



unisce gli interessi dei lettori e, come scrive il sociologo, teorico della società liquida, Zygmunt Bauman: “Le parole hanno un significato. Alcune, tuttavia, hanno anche un sentire. La parola comunità è una di loro. Fa stare bene”.

L'idea di benessere ha dato vita a “Flo Society”, community che si rispecchia nei valori culturali ed estetici del dna di World Wide Excellence. La fotografia precisa dei nostri lettori ci permette di creare contenuti per una piattaforma altamente coinvolgente. Uno spazio mentale di comunione perché è l'incontro che stimola il pensiero.





bellezza  
**flo**

# Thinking outside THE BOX

Federica Mascetti / Giulia Terraneo

**Glace, passion et ADN helvétique. Cent ans – et plus – d’histoire du hockey sur glace rassemblés dans un coffret exclusif**

Un hommage à l’esprit vibrant du Lausanne Hockey Club, présenté dans un coffret commémoratif à l’occasion du centenaire de sa fondation: «Cent ans de passions» est un album illustré extraordinaire signé Genoud qui recueille les moments marquants de l’histoire du Club, de 1922 à 2022.

Un voyage sur papier de 368 pages d’anecdotes, portraits, histoires et photos de l’équipe et de ses plus grands succès, le tout rehaussé d’un design vif et accrocheur qui reprend les couleurs emblématiques de l’équipe, le rouge et le blanc. La couverture est quant à elle agrémentée de l’incontournable blason: un lion rugissant.

Des souvenirs précieux conservés dans un superbe contenant, comme nous l’explique Thierry Meyer, chef de projet et consultant du Lausanne HC depuis cinq ans, qui a souhaité mettre l’accent sur l’aspect émotionnel du coffret. Il souligne le prestige de la collaboration entre le club et Genoud, une rencontre fortuite entre deux excellences suisses dans leurs domaines respectifs, unies par un même souci du détail et l’ambition d’atteindre de grands résultats. Un travail d’équipe pour produire un objet unique, capable d’émouvoir les supporters et de raconter les succès et la renommée d’une icône de la tradition sportive suisse.

***Ghiaccio, passione e dna elvetico. Cento – e più anni – di storia hockeyistica racchiusi in un esclusivo cofanetto***

Una celebrazione dell’anima vibrante del Lausanne Hockey Club racchiusa in un cofanetto commemorativo dedicato al centesimo anniversario dalla sua fondazione: “Cent’anni di passione” è lo straordinario volume illustrato firmato Genoud che raccoglie i momenti più significativi della storia del Club, dal 1922 al 2022.

Un viaggio “cartaceo” di 368 pagine con aneddoti, ritratti biografici, approfondimenti storici e foto della squadra e degli importanti traguardi conquistati, racchiusi da un design vivace e accattivante che riprende i colori iconici – bianco e rosso – del team e il suo inconfondibile stemma, il leone ruggente dai dettagli rossi e bianchi. Ricordi preziosi racchiusi in un gioiello della cartotecnica, come racconta il Project manager del progetto e consulente da cinque anni del Lausanne HC, Thierry Meyer, che ha voluto evidenziare l’aspetto emotivo del cofanetto. È Meyer a sottolineare il prestigio della collaborazione tra il Club e Genoud, incontro fortuito tra due eccellenze svizzere provenienti da due ambiti differenti, ma accomunate dalla stessa attenzione al dettaglio e determinazione nel raggiungimento di grandi obiettivi. Un vero e proprio “gioco di squadra” per produrre un oggetto unico, in grado di emozionare i tifosi e raccontare i successi e il prestigio di un’icona della tradizione sportiva Svizzera.



L'équipe du Lausanne Hockey Club pendant un match dans la Vaudoise Aréna  
*La squadra del Lausanne Hockey Club durante una partita nella Vaudoise Aréna*

# Un travail d'équipe qui a permis de produire un objet unique

Quelques détails du précieux coffret réalisé par Genoud pour l'équipe du Lausanne Hockey Club  
*Alcuni particolari del prezioso cofanetto realizzato da Genoud per la squadra del Lausanne Hockey Club*



# LAUSANNE HOCKEY CLUB

## Genoud et Lausanne HC, deux leaders de l'imprimerie et du sport. Comment cette alliance est-elle née?

Nous recherchions une entreprise locale, de qualité, créative et fiable, pour réaliser le livre anniversaire du club et permettre de créer un ouvrage qui se démarque des autres. Genoud représentait la meilleure option. L'accueil chaleureux, le vif intérêt et la prise en compte de nos besoins ont été décisifs. Nous étions également heureux de travailler avec un partenaire reconnu, avec un nom émérite.

## Une histoire de passion et de dévouement parfaitement incarnée par cette édition. Comment, à votre avis, un tel coffret peut-il capturer et transmettre l'essence du Lausanne HC?

Nous vivons à l'ère du numérique, mais les beaux objets en papier, bien faits, conservent leur magie. Il n'y a rien de mieux qu'un livre, pour célébrer l'histoire et une étape aussi importante, présenté dans un écrin spécial, réalisé sur mesure. Un objet qui résiste à l'épreuve du temps, à conserver comme un trésor, notamment pour les supporters de longue date, qui sont nés avant l'ère numérique. Cet ouvrage incarne les valeurs du club dont il retrace l'histoire, étape par étape.

## Genoud e Lausanne HC, due eccellenze rispettivamente del mondo della stampa e dello sport. Come è nato questo incontro?

Eravamo alla ricerca di un'azienda locale, di qualità, creativa e affidabile, per la realizzazione del libro dell'anniversario del Club, per dar vita a un prodotto in grado di distinguersi. Genoud era l'opzione migliore, l'accoglienza calorosa, il vivo interesse e la comprensione di ciò di cui avevamo bisogno sono stati immediati. Eravamo anche molto felici di lavorare con un partner dalla rinomata storia e dal nome prestigioso.

## Un contenitore di una lunga storia di passione e dedizione. In che modo, secondo lei, un cofanetto cartaceo può catturare e trasmettere l'essenza del Lausanne HC?

Viviamo in un'era digitale, ma gli oggetti di carta belli e ben fatti conservano la loro magia. Non c'è nulla che possa celebrare al meglio la storia e l'importante traguardo come un libro, racchiuso in una scatola speciale, su misura. Un oggetto immutato nel tempo, da conservare come un tesoro di valore anche per i tifosi di lunga data, nati prima dell'epoca digitale. Questo volume incarna i valori del Club di cui svela la storia, tappa dopo tappa.







*Un vero e proprio  
“gioco di squadra” che ha  
portato alla produzione  
di un oggetto unico*

**Le Lausanne HC fait partie intégrante de la culture et de l'histoire locales depuis plus de cent ans. Comment les supporters et les passionnés de hockey ont-ils réagi à la sortie du coffret? Dans quel état d'esprit avez-vous franchi cette étape importante avec eux? Avez-vous une anecdote à nous raconter?**

D'un point de vue commercial, le coffret a connu un certain succès: presque toutes les copies de l'édition spéciale ont été écoulées, même si le livre en lui-même n'est pas encore épuisé. Cela est dû en partie à notre volonté de privilégier la distribution via les canaux officiels du club (site internet et boutique de la patinoire) sans sortir en librairie, et probablement aussi lié à la faible affluence lors de la saison sportive en raison du Covid.

Cela dit, ceux et celles qui ont acheté l'album, y compris les anciens joueurs, ont vanté ses qualités. Une anecdote: certains athlètes légendaires qui ont joué au Lausanne HC dans les années 1960 et 1970, et qui ont aujourd'hui entre 75 et 85 ans, se réunissent chaque mois sur l'ancienne piste de Lausanne. Lorsque le livre est sorti, ils m'ont invité à l'une de leurs rencontres.

À cette occasion, ils ont commandé des dizaines d'exemplaires, comme souvenir ou pour les offrir à Noël. Ce moment était particulièrement émouvant.

**Il Lausanne HC è da oltre cento anni parte integrante della cultura e della storia locale. Come hanno reagito i tifosi e appassionati all'uscita del cofanetto? E, per voi, cos'ha significato raggiungere questo importante traguardo insieme a loro? Ci racconta qualche aneddoto?**

Da un punto di vista commerciale, il volume è stato un discreto successo: l'edizione speciale ha venduto quasi il totale delle copie, nonostante il libro in sé non sia ancora esaurito. Un fatto dovuto in parte alla nostra volontà di privilegiare la distribuzione attraverso i canali ufficiali del Club – sito web e negozio presso la pista di pattinaggio – e non in libreria, e che, probabilmente, si ricollega anche alla stagione sportiva poco seguita a causa del Covid. Nonostante ciò, coloro che hanno acquistato il volume, compresi gli ex atleti, ne hanno tessuto le lodi.

Un aneddoto: alcuni dei leggendari atleti che hanno gareggiato nel Lausanne HC negli anni '60 e '70 – fra i 75 e gli 85 anni – si riuniscono ogni mese alla vecchia pista di Losanna. Quando è uscito il libro mi hanno invitato a uno dei loro incontri e, in quell'occasione, hanno ordinato decine di copie, sia come ricordo sia da regalare per Natale. È stato molto commovente.



