

Istituto Svizzero di Roma / Sede di Milano
Ludovic Balland e Emmanuel Crivelli in collaborazione con
Museo della stampa e stampa d'arte a Lodi / Andrea Schiavi
presentano:

LETTERS
SALE

Changing Design + Print + Use	A series of exhibitions and talks	in 3 parts
workshop: 21–30 novembre 2012	mostra: 21 gennaio–9 febbraio 2013	
Via Vecchio Politecnico 3 [Centro Svizzero]		
T +39 02 76 01 61 18 / milano@istitutosvizzero.it / www.istitutosvizzero.it		

ON

An interview on printing
today by graphic designer
Ludovic Balland with
printers Massimo and
Michele Pizzi (*p. 14*) and
a journey of photographer
Salvatore Gozzo through
printed talks in the city.

Un'intervista del grafico
Ludovic Balland ai tipografi
Massimo e Michele Pizzi
sulla stampa oggi (*pag. 15*)
e il racconto del fotografo
Salvatore Gozzo di una
conversazione stampata
nella città.

Istituto
Svizzero
Roma
Milano
Venezia

part 2



MILANO, VIA GIUSEPPE GUERZONI

CITY

Printed talks in the city

In the spring of 2011 Ludovic Balland, accompanied by Valentina Sansone, conducted a series of encounters and conversations with Milanese printers (Angelo Colombo, Giorgio Lucini, Felice and Gianni Nava, Massimo and Michele Pizzi) during the course of a trip: that of a graphic designer in love with printed paper and the role that posters, magazines and books have played, and continue to play, in the history of modern and contemporary man. What emerged was a variegated panorama in which the printer appears as anything but a nostalgic figure, though in certain moments self-defined as a "panda, an endangered species." A painstaking compiler of limited editions, a passionate artisan, a far-sighted global entrepreneur: the printer attempts to combine the renowned quality of Italian design with the industry's world-wide market.

Printed talks in the city is an itinerary that ranges from setting to printing with type made of wood or lead, a promenade through the history, present and future of printing, whose leitmotiv is the poster in the contemporary metropolis, seen as a sort of open-air museum for this central product of communications. This graphic tool has a long history and a language that has challenged the leading designers and printers for almost one hundred years, conveying codes, symbols and images linked to the modern and contemporary urban setting.

The Milan branch of ISR was thus transformed into a veritable printing workshop: starting with the conversation with Massimo and Michele Pizzi, Ludovic Balland and Emmanuel Crivelli, workshop participants Lino Bellissimo and Camilla Topunoli (NABA), Giulia Bertuzzo, Gianfranco Biscaglia, Enrico Camana and Francesco Collina (School of Journalism of the Università Cattolica), Giulio Fagiolini (Politecnico di Milano), Manuela García, Bruno Lucini (Polytechnic School of Design), Carlotta Scaffidi, Silvia Taborelli, Claudia Tavella, Tommaso Trojani and Fernanda Villari selected certain phrases and then attempted to express their own viewpoint on the chosen statements. The result is a sort of dialogue capable of retracing all the phases of the work of a designer, from the idea to the linguistic and visual formulation.

A press measuring 70 × 100 cm, a hand-press, paper, scissors, cutters, glue, tape, paints (black and silver), rollers, trays of mobile type in lead or wood, letters and spacers, sheets of 140 g white paper made the spaces of the Swiss Institute into an equipped studio. The only missing link was the computer. Not due to some aversion to technology, but as an internal exercise of a method or a discipline (for its own sake and for the students), in order not to forget that printing, like any activity, has to do with the definition of a precise space, weights and time, humidity and sunlight. All this connects us to the idea of control of the effects of one's choices, the limits and rules with which imagination and freedom have to come to terms.

The series of 10 posters, composed of five statements and five responses produced by the workshop, began its life in the city in the zones of Bicocca, Bovisa, Rogoredo, Porta Garibaldi, Città Studi, Porta Romana, Porta Volta, Porta Ticinese, Piazza Cavour. The photographer Salvatore Gozzo, from December 12 to 22 2012, has followed the itinerary and the dialogue generated with the places and the architecture of Milan, a city undergoing rapid urban transformation that is not always accompanied by corresponding, substantial social or anthropological transformation (a complicated theme that calls for urgent exploration, without excessive condescension).

The conversation posted in the city returns, in printed form, at the Swiss Institute, and the dialogue is enlivened here thanks to new subjects. To be continued...



MILANO, VIA GIUSEPPE CANDIANI



MILANO, VIA GIUSEPPE CANDIANI

Printed talks in the city

Nella primavera 2011, Ludovic Balland, accompagnato da Valentina Sansone, ha tenuto una serie di incontri e conversazioni con alcuni tipografi milanesi (Angelo Colombo, Giorgio Lucini, Felice e Gianni Nava, Massimo e Michele Pizzi) nel corso di un viaggio: quello di un grafico innamorato della carta stampata e del ruolo che poster, giornali e libri hanno avuto e continuano ad avere nella storia dell'uomo moderno e contemporaneo. Ne è emerso un panorama variegato, in cui il tipografo appare come una figura tutt'altro che nostalgica, seppure in certi momenti si definisca "un panda in via di estinzione". Compositore certo, sino di edizioni limitate, artigiano appassionato, imprenditore lungimirante e globale, il tipografo prova a coniugare la rinomata qualità del design italiano con il mercato globale dell'industria.

Printed talks in the city è un percorso che va dalla composizione alla stampa tipografica con caratteri mobili sia in piombo che in legno: una passeggiata nella storia, nel presente e nel futuro della tipografia che ha, come filo conduttore, il poster nella metropoli contemporanea, quest'ultima una sorta di museo all'aperto per tale prodotto centrale della comunicazione. Questo strumento grafico vanta una lunga storia e un linguaggio su cui si sono cimentati i più importanti designer e tipografi da quasi cento anni, veicolando i codici, i simboli e le immagini legati allo scenario urbano moderno e contemporaneo.

La sede di Milano dell'Istituto Svizzero di Roma si è trasformata così in un vero e proprio laboratorio di tipografia: a partire dalla conversazione con Massimo e Michele Pizzi, Ludovic Balland e Emmanuel Crivelli, i partecipanti al workshop Lino Bellissimo e Camilla Topunoli (NABA), Giulia Bertuzzo, Gianfranco Biscaglia, Enrico Camana e Francesco Collina (Scuola di giornalismo dell'Università Cattolica), Giulio Fagiolini (Politecnico di Milano), Manuela García, Bruno Lucini (Scuola Politecnica di Design), Carlotta Scaffidi, Silvia Taborelli, Claudia Tavella, Tommaso Trojani e Fernanda Villari hanno selezionato alcune frasi cercando a loro volta di esprimere il proprio punto di vista sulle affermazioni scelte. Quello che è emerso è stato una sorta di dialogo capace di ripercorrere tutte le fasi del lavoro di un designer, dall'ideazione alla formalizzazione linguistica e visiva.

Un torchio 70 × 100 cm, un tirabozze, carta, forbici, taglierini, colla, scotch, colori (nero e argento), rotoli, cassettiere di caratteri mobili in piombo e in legno, lettere e spaziatori, fogli di carta diabeto da 140 g hanno fatto dei locali dell'Istituto Svizzero uno studio attrezzato. L'unico assente era il computer. Non si tratta di avversione verso la tecnologia, quanto piuttosto di un esercizio interno, di un metodo o disciplina (per sé e per gli studenti) per non dimenticare che la tipografia, come ogni attività, riguarda la definizione di uno spazio preciso, i pesi e il tempo, l'umidità e il sole. Tutto questo ci rimanda al controllo degli effetti delle proprie scelte, ai limiti e alle regole dove misurare di volta in volta la propria immaginazione e la propria libertà.

La serie di dieci poster, composta da cinque affermazioni e altrettante risposte prodotta dal laboratorio, ha iniziato la sua vita nella città tra i quartieri Bicocca, Bovisa, Rogoredo, Porta Garibaldi, Città Studi, Porta Romana, Porta Volta, Porta Ticinese, Piazza Cavour. Il fotografo Salvatore Gozzo, tra il 12 e il 22 dicembre 2012, ne ha seguito il percorso e il dialogo tra i luoghi raggiunti e l'architettura di Milano, una città dalla rapida trasformazione urbana non accompagnata, talvolta, da una pari e sostanziale trasformazione sociale o antropologica (tema questo assai complicato, che andrebbe approfondito con urgenza e senza troppe condescendenze).

La conversazione affissa nella città ritorna, stampata, nell'Istituto Svizzero e il dialogo si anima qui di nuovi soggetti. To be continued...



MILANO, VIA LUIGI MANCINELLI



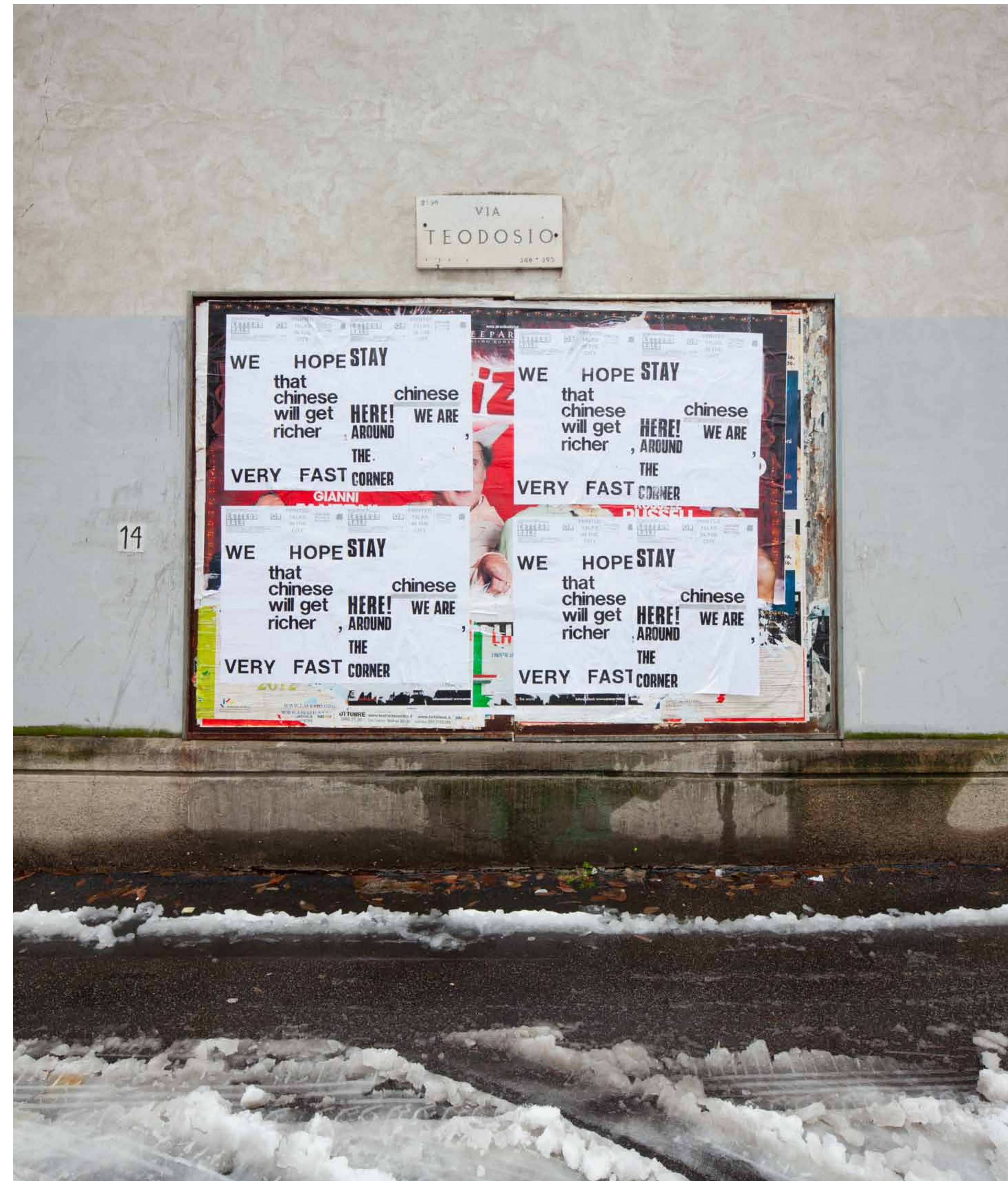
MILANO, VIA LUIGI MANCINELLI



MILANO, VIA GAETANO DE CASTILLIA



MILANO, VIA GIUSEPPE GUERZONI



MILANO, VIA TEODOSIO IMPERATORE

Once it was a different story, it was more biased in terms of purchasing structure, now it's only price. It was also about excellence, the quality of the production and materials. The hope is that the Chinese will get richer very, very fast.

In passato era un'altra storia, ma adesso è solo una questione di prezzo. Prima ci si basava sull'eccellenza, sulla qualità della produzione e dei materiali. La speranza è che i cinesi si arricchiscano velocemente, molto velocemente.



MILANO, CORSO DI PORTA TICINESE

What I always say is that we are like the panda, an endangered species, and people should protect us. Actually, in our field the problem of alternative media is not that huge yet; the huge issue is globalization, because of China, because of people who are taking advantage of lower costs.

Dico sempre che siamo come dei panda in via di estinzione e dovremmo essere considerati una specie protetta. Nel nostro settore il problema dei media alternativi non è urgente: la vera questione è la globalizzazione e la competitività del mercato cinese che trova vantaggio dall'abbassamento dei costi.



MILANO, VIA CRESCENZAGO

We have an original Chagall, a print, with a message of thanks to my great grandfather Amilcare, we have Dalí's dedication to my grandfather, the artists did dedications with thanks, because doing a book was a big thing.

Abbiamo un Chagall originale – si tratta di una stampa con un messaggio di ringraziamento al mio bisnonno Amilcare – abbiamo tante stampe autografate, una di Dalí dedicata a mio nonno per esempio. Gli artisti, quando ci ringraziavano, scrivevano delle dediche perché una volta fare un libro era una cosa importante.

Istituto Svizzero di Roma / Sede di Milano
Ludovic Balland e Emmanuel Crivelli in collaborazione con
Museo della stampa e stampa d'arte a Lodi / Andrea Schiavi
presentano:

LETTERS
ON SALE

ON

Changing Design + Print + Use A series of exhibitions and talks in 3 parts
workshop: 21-30 novembre 2012 mostra: 21 gennaio-9 febbraio 2013
Via Vecchio Politecnico 3 [Centro Svizzero]
T +39 02 76 01 61 18 / milano@istitutosvizzero.it / www.istitutosvizzero.it

PRINTED
TALKS
IN THE
CITY

Istituto
Svizzero
Roma
Milano
Ambrosiana

part 2

Istituto Svizzero di Roma / Sede di Milano
Ludovic Balland e Emmanuel Crivelli in collaborazione con
Museo della stampa e stampa d'arte a Lodi / Andrea Schiavi
presentano:

LETTERS
ON SALE

ON

Changing Design + Print + Use A series of exhibitions and talks in 3 parts
workshop: 21-30 novembre 2012 mostra: 21 gennaio-9 febbraio 2013
Via Vecchio Politecnico 3 [Centro Svizzero]
T +39 02 76 01 61 18 / milano@istitutosvizzero.it / www.istitutosvizzero.it

PRINTED
TALKS
IN THE
CITY

Istituto
Svizzero
Roma
Milano
Ambrosiana

part 2

doing

a

book WAS

big
thing

doing

a book

big
thing

BUYING A
BOOK

a

WAS
WILL BE A

BIG
THING



MILANO, LARGO FRANCESCO RICHINI



MILANO, VIA SAN MIROCLE



MILANO, VIA DANIELE MANIN

Amilcare Pizzi was the second in the world, the first in Europe, to buy a four-color press. The company was based in Corso Roma, the outskirts of the city, a zone that later became the center.

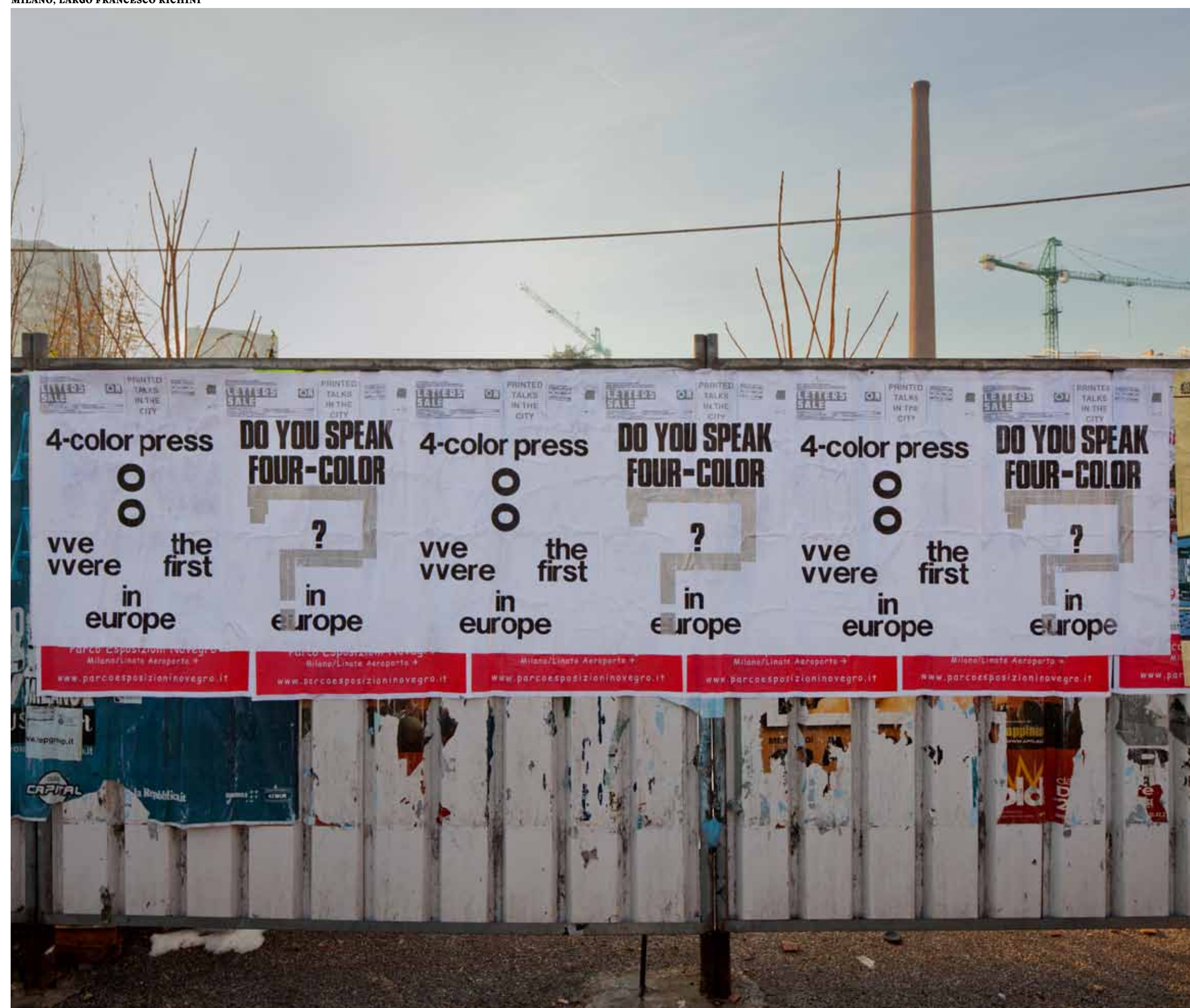
L'Amilcare Pizzi è stata la seconda azienda nel mondo, la prima in Europa, ad acquistare una offset a quattro colori. La sede principale si trovava in corso Roma, allora considerata una zona periferica.



MILANO, LARGO FRANCESCO RICINI



MILANO, CORSO DI PORTA TICINESE



MILANO, VIALE ESPERIA



MILANO, CORSO DI PORTA TICINESE

Interview by Ludovic Balland with Massimo and Michele Pizzi

Plant Amilcare Pizzi.
Cinisello Balsamo (Milan), March 4, 2011

MICHELE PIZZI: Amilcare Pizzi was the second in the world, the first in Europe, to buy a four-color press. The company was based in Corso Roma, the outskirts of the city, a zone that later became the center. In 1945, during the bombing we lost everything and at that time people didn't think so much about keeping and stocking material, the way they do now. So we're going around auctions or eBay and trying to buy things from our past. We would really like to try and recap, up to a certain point, maybe the 1950s or the 1960s, to cover the entire production of posters for tourism in Italy and abroad, especially because we worked extensively with ENIT, the Ente Nazionale Italiano del Turismo (Italian National Tourism Agency). Our company has a very long and particular history: in the 1950s we also started to work a lot for Cinecittà, and the Italian film industry, so we opened another company in Rome, called Graffiti, exclusively for the production of posters for the film industry. Then we started doing everything, from posters to books.



PAGE 11

LUDOVIC BALLAND: What is interesting for me is the fact that printers were also designers. At the beginning of the century they designed posters themselves. So you signed some of those posters?

MP: No, we were printers. Actually the artists did the designs. We collaborated with all the big artists, such as Gino Boccasile or Marcello Dudovich. From the start our company always had this extensive knowledge of art and art printing, in particular, so the name Pizzi has always been associated with this field. Many collaborations started and continued with lots of artists, going from posters to books, gradually. People had no idea, or a very sketchy one, about what printing production was, so it seemed to come out of nowhere. It was a very new thing at the time. The printer gave the artist the stimulus or the capacity to produce, and to shape his ideas into something it is feasible to produce on an industrial scale.

LB: So this place is a sort of museum...

MP: We have advertising from the end of the 1890s: mostly tourOin, and advertising we did in the 1950s; then we have school books, produced during fascism, and promotional materials for the armed forces. We published so many books over the years that we decided to put everything back in order, by year and by letter, so we have 1940 from A to Z, and so on. It's a long process, we started about six months ago.

LB: So you are focusing mostly on books at the moment...

MP: Production has changed a lot over the years. We used to do only books, up until the end of the 1970s or the beginning of the 1980s, I'd say, we only had sheet-fed presses. Then we put in web-fed offset presses, we had to diversify because if we had only sheet-fed, we would not have been competitive. Today everything is more complicated: the book industry went into decline, China forcefully entered the market. Now we also do commercial printing for web offset, that's a domestic market you can work on, because the timing doesn't let them go abroad.

We used to work a lot with the United States, but the Americans have moved about 80% of their production to the Far East. So now the production is for Italy, I'd say Italy, Germany and that's about it. Italy, Germany and Japan are the three countries known for excellent printing.

To keep the business of printing books going, we have focused more and more on our own publishing house, Silvana, founded in 1948. It started as a company that created only about 5 to 10 projects per year, for very large companies or banks. So we have concentrated more on the publishing house and the world of museums and exhibitions, and now we come out with about 500 titles every year, of which 120 are only for the French market and French institutions.

VALENTINA SANSONE: What are the projects you have produced in recent years?

MP: A book of photographs by Gregory Crewdson about the decadence of Cinecittà, the way it is falling apart. We have just finished printing the book for the big show at the Jewish Museum of New York, on Collecting Matisse, and we produced a book of the photographer Mairie Marder for Violette Éditions, a UK publisher. We also produced a beautiful book on Mark Seliger, the pho-

tographer, for Rizzoli New York. The thing that is really shocking is that while Italy has always been a country with small print runs and a relatively small audience for books, on the other hand in the early 1990s, till about 1995, printing less than 5000 copies was out of the question. But now you do books for the US market, the biggest in the world, with quantities of 2 or 3 thousand. This is the fault of people of my age, I think we have lost interest in books, or maybe it is the fault of us publishers, we don't know how to sell things as well as we used to.

LB: I think it has a lot to do with publishing itself, because publishing has now become more and more independent. People publish on the web, and sell books on the web, directly...

MP: Yes, but what kind of books?

LB: Too much production is a problem for the normal publishing house, they lose their power. MP: Their audience, more than their power. Every day I talk with curators or historians, for example. Nine out of ten of them also teach in colleges, and I tell them that I am just a reflection, a mirror of the work they have done on the heads of young students. If a book doesn't sell well it is because someone has failed to work well on the minds of young people, to make them understand the value of books. Now everything is fast, but the book is something else: it is a lasting value for the mind, for studying. But the book industry now seems to have hit rock bottom, so things can only get better.

LB: The design of books has also become faster and faster. Only recently it is starting to be slower again.

MP: Nowadays we live every single day with a huge question mark over our heads, and this goes from the book industry to every industry, it's a general thing. Especially in the book industry, though, you have all this technology that is pushing and pushing. Take a country like Italy. We see the publishing house as a business that only focuses on classic art. You can do a horrible book on a classic master of art from the past, and it can do well, but if you do a beautiful book on contemporary art, nothing happens. That's one good thing about the US market, there you have a big audience for every type of knowledge. The only country in Europe, together with Germany, to have a very stable and steady audience is France. France has a very big audience for books, even the most particular ones.

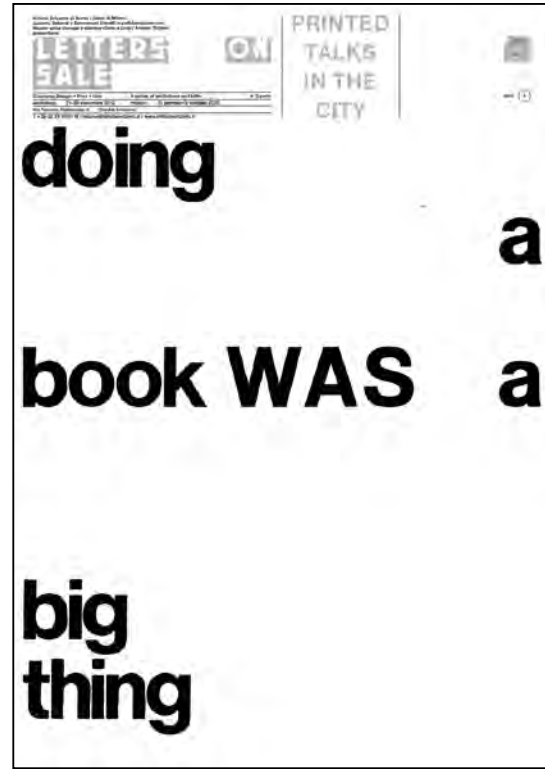
VS: Do you have offices abroad?

MP: No, we don't anymore, but we have people who speak the languages as their mother tongue. France is not that far away, people can just go, stay a week or two and then come back. Also, as a publishing house, you have clearer control of what is happening if the staff have a home base, at the printing and publishing facility, because we have publishing house on ground floor and the printing house on top.

LB: What are the most interesting pieces from your archive?

MP: We have a lot in here. We have an original Chagall, a print, with a message of thanks to my great grandfather Amilcare, we have Dalí's dedication to my grandfather, the artists did dedications with thanks, because doing a book was a big thing.

We were very famous for the reproduction at the end of the 1950s, of the Codex Resta, at the Biblioteca Ambrosiana in Milan, considered the most beautiful book of all time. We used to produce a ton of books for the Soviet Union, and we were the ones that produced the book on Moscow that Nixon, the first American president to go on an official visit to Russia, took in his hands... when he is introduced, holding this book, he says "I have Moscow in my hands". Then we produced the bible facsimile for Turner Publishing. There's the whole history of man in here...



PAGE 7

LB (to Massimo Pizzi, Michele's father and President of Amilcare Pizzi): So you are part of the history too. MASP: We are part of the history, but we would like to be part of the future as well.

LB: What do you think about the future of book printing?

MASSP: It will go on, it's just a matter of volume... it will be smaller, and it will probably stop at a certain point. It all depends on how China reacts. What I always say is that we are like the panda, an endangered species, and people should protect us. Actually, in our field the problem of alternative media is not that huge yet; the huge issue is globalization, because of China, because of people who are taking advantage of lower costs.



PAGE 6

LB: So you think it's possible to go back to smaller numbers of copies but better printing?

MASSP: I think quality is not an issue. The pyramid of quality is such that nowadays the very high end will always be there. The problem is not even numbers, because they were already shrinking back in the 1980s. The problem is basically that we are not producing something that people need in order to live, because lots of people do not read books, and they are very well-off in any case. And we are not talking about big numbers, because our niche is a niche of 6000 at the most, out of 60 million people in Italy, so we are talking about 0.0001% of the population.

LB: Can you keep control over quality when working with different publishing houses? Or does this have a strong impact on the design, on the printing of the paper?

MASSP: When we work for other people, unless they ask us to do otherwise, we just follow their instructions, and the only concern is how can I make it cheaper. Once it was a different story, it was more biased in terms of purchasing structure, now it's only price. It was also about excellence, the quality of the production and materials. The hope is that the Chinese will get richer very, very fast.



PAGE 5

LB: How do you want to introduce yourself?

How could you imagine to present yourself, as a printer? MASP: As someone who keeps in mind the values of the past, trying to translate them to meet the needs of today.

LB: So you also explore new machines, new techniques?

MASSP: All the time. But the problem is that right now there is no need for a new machine; no one pays for it. Anywhere in Europe you have to find a new method of printing, and at the moment that means digital.

LB: Which is really bad... MASP: Do you know Indigo? It is better than you might think.

LB: I've always thought the problem of digital printing is the paper, they always print on sanded paper...

MASSP: The range is not that wide, but it's getting wider, and especially the quality of digital printing is reaching a level that is quite remarkable. The problem is that the economics do not make sense, unless you print 10 books. Then the older methods are still more competitive.

LB: The next step is digital going directly to the offset machine, no longer to the plate, no more FTP, right?

MASSP: Electrostatics applied to paper, and then inks, no longer made of pigments and varnish but just pigments, which attach themselves to the paper in the electrostatic process.

LB: Really? No more dots? MASP: They should be much more accurate than what we do now. I think. Because now we are printing water and ink.

So, the problem is not the fact that we will get there, the problem is when and how economically we will manage. I think by 2020 we should be in a better shape than now.



PAGE 16

MP: What will our bones be like? Will they still be strong bones?

LB: Yes.

Amilcare Pizzi graphic arts

After completing his studies at the Scuola del Libro, Milan, the young Amilcare Pizzi bought his first foot-operated platen press in 1914. To finance his investment, he used the 2,000 lire that he earned when he was playing for the Milan FC and, at the age of 23, he started his activity as a printer. The plant that he established in Corso Roma, Milan, soon started working for different publishers based in the chief town of Lombardy and around Italy. Then, Pizzi&Pizio — the new brand name registered after the typographer Pietro Pizio, who was also a friend of Amilcare Pizzi, joined the firm as a partner — became a recurring trademark on the advertising and film posters printed in Italy. The attention for the quality of the illustrations, the ability to experiment new formulas and make pioneering investment in the newest machinery (the 4 colour offset printing machine purchased in 1956 was the first one to be installed in Italy) allowed the company to build a solid reputation and pave the way to an even greater success: the activity didn't stop but rather increased. In the following decades, Amilcare Pizzi S.p.A. strengthened its position in the International market and moved to the new location in Cinisello Balsamo in 1965.

Worthy of mention as held by Amilcare Pizzi S.p.A. is Silvana Editoriale d'Arte, the publishing company established in 1948 to carry out a complementary activity running parallel with that of printing.

In the 1960s and 1970s, leaded by Amilcare's nephew Rodolfo, the Group consolidated its position in the world of graphics printing volumes for some of the world's best known publishers (i.e. Abrams and Knopf, New York; Thames & Hudson and Yale, London; Dumont, Germany; Planeta, Moscow) and museums (including The National Gallery, London; The Paul Getty Museum, Los Angeles; and others). Since then, releasing the volumes accompanying sponsored cultural projects has been a feather in the management's cap as Amilcare Pizzi S.p.A. has become a leading Italian publisher in this specific field. Today, through book publishing, the primary mission of the Amilcare Pizzi Group is to create something designed to be aesthetically significant, perceivable and recognizable by the audience, who should enjoy leafing through the finished product as savouring a physical pleasure.

Intervista di Ludovic Balland a Massimo e Michele Pizzi

Stabilimento Amilcare Pizzi,
Cinisello Balsamo (MI), 4 marzo 2011

MICHELE PIZZI: L'Amilcare Pizzi è stata la seconda azienda nella mondo, la prima in Europa, ad acquistare una offset a quattro colori. La sede principale si trovava in corso Roma, allora considerata una zona periferica. Durante i bombardamenti del 1945 abbiamo perso tutto e a quei tempi non c'era neanche l'abitudine ad archiviare e conservare i materiali della stampa. Così oggi stiamo cercando di recuperarli attraverso le aste o su eBay. L'intenzione è fare il punto fino a un certo periodo, gli anni Cinquanta o Sessanta ad esempio, e coprire l'intera produzione del poster legato alla promozione turistica in Italia e all'estero, perché in passato abbiamo lavorato molto con ENIT (Ente Nazionale Italiano del Turismo). L'azienda ha una storia molto lunga e un po' particolare; negli anni Trenta iniziavamo a lavorare anche per Cinecittà e per l'industria cinematografica italiana, così apprimo un'altra società a Roma, Graffiti, dedicata esclusivamente alla produzione del poster per il cinema. Poi abbiamo cominciato a occuparci di tutto, dai poster ai libri.



PAGE 11

LUDOVIC BALLAND: Quello che trovo interessante è che alcuni stampatori, all'inizio del secolo, erano anche dei grafici. Eravate voi gli autori di questi poster?

MP: No, eravamo solo stampatori. Erano gli artisti a disegnare la grafica. In passato abbiamo supervisionato le collaborazioni con grandi artisti come Gino Boccasile o Marcello Dudovich. Sin dall'inizio la nostra azienda ha dimostrato di avere una buona conoscenza dell'arte e della stampa d'arte in particolare, tanto che il nome di Pizzi era associato a questo settore. La maggior parte delle collaborazioni con gli artisti, iniziata con i poster, è poi proseguita sui libri. Inizialmente nessuno sapeva cosa fossero i prodotti stampati e si aveva l'impressione che la stampa fosse sbucata dal nulla. Lo stampatore dava all'artista gli stimoli e gli strumenti per tradurre le sue idee in un oggetto da produrre in scala industriale.

LB: Così questo luogo è una sorta di museo...

MP: Abbiamo materiali pubblicitari che risalgono alla fine dell'Ottento: molti prodotti legati al turismo, con pubblicità che risalgono agli anni Trenta; poi manuali scolastici, come quelli prodotti durante il ventennio fascista, fino al materiale promozionale per i militari. È stato pubblicata talmente tanto negli anni che abbiamo deciso di organizzare tutto in ordine cronologico e alfabetico; questo è un processo molto lungo, iniziato solo sei mesi fa.

LB: La vostra produzione in questo momento si concentra soprattutto sui libri?

MP: La produzione è cambiata molto negli ultimi anni. Ci siamo concentrati sui libri fino alla fine degli anni Settanta, inizio anni Ottanta, e allora avevamo solo macchine da stampa a fogli. Poi siamo passati alle stampanti offset a bobina per differenziare la nostra produzione e per essere più competitivi. Oggi è tutto più complicato: l'industria della stampa è in declino e la Cina è entrata prepotentemente nel mercato della stampa industriale. Adesso ci occupiamo anche di stampa commerciale in offset che è il mercato interno su cui siamo competitivi grazie alle tempestività di consegna. In passato abbiamo lavorato molto con gli Stati Uniti che, recentemente, hanno spostato circa l'ottanta per cento della loro produzione in Asia. Solo pochi in Europa continuano a stampare, per una questione di eccellenza: si tratta di Italia e Germania, con un livello simile a quello del Giappone. Per incentivare la produzione alla fine degli anni Ottanta ci siamo dedicati sempre di più alla nostra casa editrice, Silvana Editoriale, fondata nel 1948. All'inizio pubblicavamo solo cinque o dieci titoli all'anno, per lo più per istituti bancari o grosse aziende. Con gli anni abbiamo consolidato la nostra collaborazione con i musei e il settore delle mostre d'arte, arrivando a pubblicare cinquecento titoli ogni anno, di cui centoventi solo per il mercato o le istituzioni francesi.

VALENTINA SANSONE: Cosa avete stampato recentemente?

MP: Un libro di fotografie di Gregory Crewdson che ritrae la decadenza degli studios cinematografici e delle vecchie scenografie di Cinecittà. Abbiamo appena stampato il libro di una grande mostra al Jewish Museum di New York sul collezionismo di Matisse e il libro della fotografa Mairie Marder per Violette Éditions, un editore in-

glese. Abbiamo prodotto un bellissimo libro sul fotografo Mark Seliger per Rizzoli New York. Il dato davvero sconcertante è che, se da un lato l'Italia è sempre stata un paese con basse tirature e con un pubblico relativamente ristretto, dall'altro, nei primi anni Novanta fino al 1995, stampare meno di cinquemila copie era fuori discussione. Per il mercato più grande del mondo, ovvero gli Stati Uniti, oggi si stampano due o tremila copie. La colpa è soprattutto della mia generazione che ha perso la passione per i libri e forse anche degli editori che non sanno più vendere come prima.

LB: Penso che tutto questo abbia a che fare con l'editoria, che sta diventando sempre più indipendente e diversificata. Si pubblica e si vende direttamente sul web.

MP: Sì, ma di che tipo di libri si tratta? Ce ne sono così tanti e, forse, si produce troppo.

LB: Se si produce troppo, questo rappresenta un problema per gli editori "normali", che così perdono il loro potere.

MP: Il loro pubblico, più che il loro potere. Ho l'occasione di incontrare tutti i giorni curatori e storici dell'arte: move su dieci insegnano all'università e continuo a ripetere che, in quanto editore, rappresento lo specchio dell'interesse che il loro lavoro riscuote sugli studenti più giovani. Se un libro non vende è perché qualcuno non ha lavorato bene, perché non ci si è messi nei panni dei giovani e non gli è stato permesso di comprendere il valore dei libri. Oggi si consuma tutto velocemente e il libro è un prodotto diverso: è un valore che dura nel tempo, per la mente e per lo studio. Sembra, ad ogni modo, che oggi l'industria dell'editoria abbia toccato il fondo, perciò le cose non possono che migliorare.

LB: Lo stesso vale per la grafica dei libri, diventata sempre più veloce. Forse solo recentemente comincia a essere un processo più lento...

MP: Oggi ci facciamo tutti la stessa domanda, dai libri alle altre attività, si tratta di una pressione generale, specialmente nell'editoria, suscitata dal fattore tecnologico. Prendi ad esempio un paese come l'Italia: il pubblico dell'editoria d'arte si interessa per lo più all'arte classica. Se pubblichi un libro orribile su un maestro classico puoi anche venderlo bene, ma se fai un libro d'arte contemporanea non vendi. Negli Stati Uniti invece esiste un pubblico per tutte le discipline. Anche per questo motivo ci siamo dedicati di più all'estero. In Europa è la Francia che, insieme alla Germania, ha un pubblico stabile e attento, dove si vendono tutti i tipi di libri, anche quelli più particolari.

VS: Avete delle sedi all'estero?

MP: Solo nel passato, ora abbiamo dei dipendenti madrelingua in Italia. La Francia non è lontana e possiamo viaggiare, stare lì una settimana e poi tornare a casa. In Italia la nostra casa editrice ha un controllo maggiore sul prodotto perché lo staff si trova in sede, nello stesso stabilimento dove si stampa e si pubblica.

LB: Quali sono i pezzi rari del vostro archivio?

MP: Ne abbiamo molti. Abbiamo uno Chagall originale — si tratta di una stampa con un messaggio di ringraziamento al mio bisnonno Amilcare —, abbiamo tante stampe autografate, una di Dalí dedicata a mio nonno per esempio. Gli artisti, quando ci ringraziavano, scrivevano delle dediche perché una volta fare un libro era una cosa importante. Alla fine degli anni Cinquanta, eravamo noti per la riproduzione in facsimile delle cento tavole del *Codex Resta* della Biblioteca Ambrosiana di Milano. È considerato il più bel libro di tutti i tempi. Pubblicavamo anche moltissimi libri per l'ex Unione Sovietica che hanno avuto grande fama, come per esempio la pubblicazione su Mosca che Nixon, durante la sua visita ufficiale in Russia, teneva in mano quando disse: "Mosca è nelle mie mani". Abbiamo anche stampato la riproduzione in facsimile della Bibbia per Turner Publishing. C'è la storia qui, o poco ci manca.



PAGE 7

LB: (rivolgendosi a Massimo Pizzi, padre di Michele e Presidente della Amilcare Pizzi): Anche lei fa parte di questa storia?

MASSIMO PIZZI: Ne facciamo parte, ma vorremmo far parte anche della storia futura.

LB: Cosa pensa del futuro dell'editoria e della stampa?

MP: Andrà avanti, è solo una questione di volume e di quantità: forse subirà una riduzione, e ad un certo punto probabilmente si fermerà. Tutto dipende da come reagirà la Cina. Dico sempre che siamo come dei panda in via di estinzione e dovremmo essere considerati una specie protetta. Nel nostro settore il problema dei media alternativi non è urgente; la vera questione è la globalizzazione e la competitività del mercato cinese che trova vantaggio dall'abbassamento dei costi.



PAGE 6

LB: Crede sia possibile tornare alle basse tirature per favorire la qualità della stampa?

MASSP: Il problema non è la qualità. Oggi si è creata una struttura piramidale tale che il lusso e l'esclusività difficilmente scompariranno. Non lo sono nemmeno i numeri visto che dagli anni Ottanta stanno calando le tirature. Il problema di base è che non produciamo più nulla di cui si ha bisogno per vivere. Molte persone, anche se benestanti e colte, non leggono più libri. Il contenuto non ha più rilevanza e ruota tutto intorno all'aspetto. Parliamo poi di piccoli numeri: la nostra è una nicchia di semila copie al massimo, contro sessanta milioni di persone in Italia. Stiamo parlando del 0,0001 per cento della popolazione!

LB: Quando lavorate con altre case editrici, riuscite a tenere sotto controllo la qualità?

Oppure questo incide sul design, sulla scelta della carta? MASP: Quando lavoriamo per altre persone, a meno che non ci chiedano di fare diversamente, seguiamo le loro istruzioni alla lettera e oggi l'unica loro preoccupazione è come abbassare i costi. In passato era un'altra storia, ma adesso è solo una questione di prezzo. Prima ci si basava sull'eccellenza, sulla qualità della produzione e dei materiali. La speranza è che i cinesi si arricchiscano velocemente, molto velocemente.



PAGE 5

LB: Professionalmente come si definirebbe?

MASSP: È molto semplice: qualcuno che tiene bene in mente i valori del passato e che cerca di tradurli nei bisogni del presente.

LB: Sperimentate nuove macchine e nuove tecniche?

MASSP: Sempre. Il problema è che adesso non è necessario, nessuno pagherebbe di più per una nuova tecnica. Ovunque in Europa, in questo momento, ci si deve accontentare della stampa digitale.

LB: Che è pessima...

MASSP: Conosci il sistema Indigo? È migliore di quanto si pensi.

LB: Sono convinto che il problema della stampa digitale sia la carta: stampano sempre su carta opaca.

MASSP: La gamma di scelta non è ampia, ma si sta allargando e la qualità della stampa digitale sta raggiungendo livelli notevoli. Il problema è che non conviene economicamente, a meno che non stampi dieci libri. Ancora oggi la stampa tradizionale è più competitiva.

LB: Poi si passerà al digitale direttamente sulla offset, senza più costi di avviamento, lastre e FTP. Giusto?

MASSP: Sì. L'elettrostatica applicata alla carta e i nuovi inchiostri, non più di pigmenti e vernice, ma solo di pigmenti che aderiscono alla carta grazie a un processo elettrostatico.

LB: Davvero? Senza più punti? MASP: Dovrebbero essere migliori del sistema attuale. Adesso si stampa con inchiostro e acqua, con il tempo non si userà più l'acqua. Il problema non è come siamo arrivati a questo punto, ma come faremo a gestire tutto questo. Ma sono convinto che entro il 2020 saremo in una forma migliore di oggi.



PAGE 16

MP: Le nostre ossa saranno ancora abbastanza forti?

LB: Sì.

Arti grafiche Amilcare Pizzi

Giovane diplomato alla Scuola del Libro di Milano, Amilcare Pizzi acquistò nel 1914 la prima "pedalina" utilizzando le duemila lire offertegli a titolo di ingaggio dal Milan FC, squadra in cui giocava con passione, e dando inizio, all'età di ventitré anni, all'attività di stampatore. Lo stabilimento di corso Roma a Milano cominciò a lavorare per diversi editori milanesi e nazionali, e la nuova denominazione Pizzi&Pizio, assunta dall'azienda con l'ingresso nella società dell'amico tipografo Pietro Pizio, sarà un marchio che apparirà per molti anni sui principali manifesti pubblicitari e cinematografici stampati in Italia. L'attenzione per la qualità delle illustrazioni, la sperimentazione di nuove formule e l'investimento in macchinari sempre più moderni (l'offset a quattro colori acquistata nel 1936 fu la prima installata in Italia) fecero consolidare la fama dell'azienda, il cui successo crebbe nei decenni successivi, portando l'Amilcare Pizzi Spa, trasferitasi nel 1965 nel nuovo stabilimento di Cinisello Balsamo, a imporsi sul mercato internazionale. La Silvana Editoriale d'Arte, costituita come casa editrice autonoma nel 1948, avviò in seguito un'attività editoriale parallela e complementare a quella della stampa.

Negli anni Sessanta e Settanta, guidata dal nipote Rodolfo, l'azienda si afferma come leader nel mondo della grafica, stampando per i più importanti editori del mondo — come Abrams e Knopf di New York, Thames and Hudson e Yale di Londra, Dumont in Germania e Planeta di Mosca —, per i più prestigiosi musei, dalla National Gallery di Londra al Paul Getty Museum di Los Angeles, e sviluppando l'editoria sponsorizzata, un settore di mercato di cui deterrà la leadership in Italia anche nei decenni successivi. Resta al centro dell'operare del gruppo Amilcare Pizzi il desiderio di realizzare, nei libri, qualcosa che possa avere una propria estetica, percepibile fisicamente nel piacere di sfogliare il prodotto finito.



LUDOVIC BALLAND: *Really? No more dots?*

MASSIMO PIZZI: They should be much more accurate than what we do now, I think. Because now we are printing water and ink. So, the problem is not the fact that we will get there, the problem is when and how economically we will manage. I think by 2020 we should be in a better shape than now.

MILANO, VIA CAMILLO E OTTO CIMA

Davvero? Senza più punti?

Dovrebbero essere migliori del sistema attuale. Adesso si stampa con inchiostro e acqua, con il tempo non si userà più l'acqua. Il problema non è come siamo arrivati a questo punto, ma come faremo a gestire tutto questo. Ma sono convinto che entro il 2020 saremo in una forma migliore di oggi.

COLOPHON

Letters on Sale: Changing Design + Print + Use
 è una serie di incontri, conferenze e progetti espositivi in tre parti
 ideato da Salvatore Lacagnina e Ludovic Balland

PRINTED TALKS IN THE CITY — PART 2

Commissionato e prodotto da / **Commissioned and produced by**
Istituto Svizzero di Roma - Sede di Milano / **Milan branch**

A cura di / **Curated by**
Ludovic Balland "Type-Gazette", Basilea / **Basel**
e / **and** Emmanuel Crivelli

Workshop:
21-30 novembre 2012 / November 21-30, 2012
Affissioni / Billpostings:
Milano, 11-26 dicembre 2012 / Milan, December 11-26, 2012
Mostra / Exhibition:
22 gennaio-16 febbraio 2013 / January 22-February 16, 2013

I partecipanti al workshop / **Workshop participants:**
 Lino Bellissimo e / **and** Camilla Topuntoli (NABA),
 Giulia Bertuzzo, Gianfranco Bisceglia, Enrico Camana e / **and**
 Francesco Collina (Scuola di giornalismo dell'Università Cattolica),
 Giulio Fagiolini (Politecnico di Milano), Manuela García,
 Bruno Lucini (Scuola Politecnica di Design), Carlotta Scafidi,
 Silvia Tabborelli, Claudia Tavella, Tommaso Trojani, Fernanda Villari

Istituto Svizzero di Roma – Sede di Milano / **Milan branch**
via del Vecchio Politecnico 3, 20121 Milano

**Istituto
Svizzero**

Roma
Milano

Direttore / **Director:** Christoph Riedweg
Responsabile artistico / **Head of Arts Program:**
Salvatore Lacagnina
Assistente curatoriale / **Curatorial assistant:**
Valentina Sansone

Produzione e organizzazione / **Production and organization:**
Claudia Buraschi
Ufficio stampa / **Press office:**
Alessandra Santerini, Chiara Costa

PRINTED TALKS IN THE CITY — NEWSPAPER

A cura di / **Edited by:**
Ludovic Balland, Emmanuel Crivelli, Salvatore Lacagnina

Design: Ludovic Balland
 inet, Basilea / **Basel**, www.ludovic-balland.ch),
 Emmanuel Crivelli

Font: Stanley, www.optimo.ch

Foto / Photos:
Salvatore Gozzo

Coordinamento editoriale / **Editorial coordination:**
Valentina Sansone

visione e correzione di bozze / **Editing and proofreading**
 Federica Cimatti,
 Steve Piccolo (www.transiting.eu)

© Salvatore Gozzo per le foto / for all p
© gli autori per i testi / authors of te

Stampa / Printing:
IN PRINT spa, Milano / Milan

Media partner
ZERO
WWW.ZERO.EU

Un ringraziamento speciale a / **With special thanks to**
 Il Museo d'arte e arte grafica a Lodi Andrea Schiavi,
 il direttore Osvaldo Folli, Giuliana Schiavi e tutti i volontari /
The museum Andrea Schiavi in Lodi, the director Osvaldo Folli,
Giuliana Schiavi and all the volunteers

I compositori e gli stampatori / The typesetters and printers:
Lucio Passerini, Claudio Madella, Maria Zaramella
e / and Filippo Cinquanta, Jacopo Mencacci, Piero Oberti,
Fabrice Panichi, Matteo Rupert

I tipografi per il loro tempo e per le visite ai loro stabilimenti /
The printers for their time and for the visits to their companies:
 Arti Grafiche Colombo, Gessate, Milano
 Officina d'arte grafica Lucini, Milano
 Nava, Milano
 Arti Grafiche Amilcare Pizzi
 c / and SilvanaEditoriale, Cinisello Balsamo, Milano

Grazie a / **Thanks to:**
 Marco Scotini e / andris Brinkmanis (NABA)
 Matteo Scanni e / Arianna Cucchi (Scuola di giornalismo /
School of Journalism, Università Cattolica del Sacro Cuore),
 Marta Bernstein (Scuola Politecnica di Design),
 Giò Fuga, Luigi Lanfossi, Officina Novepunti, Giuseppe Pastorelli

Finito di stampare a Milano, gennaio 2013 /
Printed in Milan, January 2013

Ludovic Balland (Ginevra, 1975) ha fondato lo studio Typographie Cabinet a Basilea nel 2006. Ha curato campagne di comunicazione e pubblicazioni nell'ambito dell'architettura, del design e dell'arte contemporanea. Attualmente cura la comunicazione visiva del nuovo Museo di Arte Moderna di Vasarvia e del Teatro di Basilea (Theater Basile). Ha vinto numerosi premi in Svizzera e in Europa.

Insegnante all'Ecole cantonale d'art de Lausanne (ECAL).

Ludovic Balland (Geneva, 1975) founded Typography Cabinet in 2006. He curated the visual communication and several publications in the design, architecture and contemporary art fields.

He curates the visual identity for the Museum of Modern Art in Varsavia and for the Theater in Basilea. He is awarded several prizes in Switzerland and in Europe. He teaches at the Ecole cantonale d'art de Lausanne (ECAL).

Le fotografie di Salvatore Gozzo (Siracusa, 1972) sono state pubblicate su riviste specializzate e non — tra cui Lotus International, Domus, A+U, Wallpaper. The New York Times — e su libri di editori italiani e internazionali /

The photographs by Salvatore Gozzo (Siracusa, 1972) have been published both in specialized magazines and none — amongst these Lotus International, Domus, A+U, Wallpaper. The New York Times — and in several books by Italian and international publishing houses.

Emmanuel Crivelli (Mendrisio, 1985) ha lavorato a Basilea nello studio di Ludovic Balland, è il graphic designer di Dorade Magazine, con cui ha ricevuto lo Swiss Federal Design Award nel 2012. / **Emmanuel Crivelli (Mendrisio, 1985) worked in Basel in the studio of Ludovic Balland. He is the graphic designer of Dorade Magazine, with which he received the Swiss Federal Design Award in 2012.**