

**2**

**Personne e carta:**

**Élodie Boyer**

Profilo di Élodie Boyer  
di Éditions Non Standard,  
editrice e consulente di marca.  
Di Anne Miltenburg

**People and paper:**

**Élodie Boyer**

Profile of Éditions Non  
Standard's Élodie Boyer,  
publisher and brand consultant.  
By Anne Miltenburg

**16**

**Una passione per i manifesti**

La più ampia collezione di  
manifesti pubblicitari italiani  
ha trovato la sua sede a Treviso.  
Di Davide Fornari

**Passion for posters**

The biggest collection of  
historical Italian advertising  
posters now has a permanent  
home in Treviso.  
By Davide Fornari

**24**

**Segui la corrente**

Nel premiato catalogo Tela,  
la moda si dispiega pagina dopo  
pagina. Di Roberto Rota

**Go with the flow**

In the award-winning Tela  
catalogue, fashion unfolds in  
your hands. By Roberto Rota

**32**

**Basta seguire i soldi**

La nuova mostra di Cristina  
Dondi sfida le idee preconcette  
sul commercio dei libri del XV  
secolo. Di John L. Walters

**Follow the money**

Cristina Dondi's new exhibition  
challenges preconceptions about  
the fifteenth-century book trade.  
By John L. Walters

**42**

**Il richiamo del fanatico**

Una nuova fanzine di film horror  
è il paradiso per i fan del genere.  
Di Isabel Stevens

**An anorak calls**

A new horror movie fanzine  
is paradise for film-spotters.  
By Isabel Stevens

**48**

**Salpare**

Il sobrio lusso di cataloghi  
a copertina rigida riflette  
il fascino della vita a bordo  
di un superyacht. Di Sarah Miller

**Sail away**

The quiet luxury of casebound  
catalogues reflects the lure  
of life aboard a superyacht.  
By Sarah Miller

**56**

**Tranquillo promemoria**

L'impressionante grafica  
di Bürocratik per le brochure  
di un teatro portoghese  
è un sottile invito a coinvolgersi  
con la cultura. Di Sarah Snaith

**Peaceful keepsake**

Bürocratik's arresting brochure  
design for a Portuguese theatre  
is a quiet reminder to engage  
with culture. By Sarah Snaith

**Copertina. Róbert Berény,**  
***Modiano*, 1928-29, poster,**  
**cromolitografia su carta,**  
**126x95 cm. Courtesy Museo**  
**Nazionale Collezione Salce,**  
**Treviso. Vedi pp. 16-23.**  
**Pagina a lato. *Lettres du Havre*.**  
**Vedi pp. 2-15**

**Cover. Róbert Berény,**  
***Modiano*, 1928-29, poster,**  
**chromolithography on paper,**  
**126x95 cm. Courtesy Museo**  
**Nazionale Collezione Salce,**  
**Treviso. See pp.16-23.**  
**Opposite. *Lettres du Havre*.**  
**See pp.2-15**



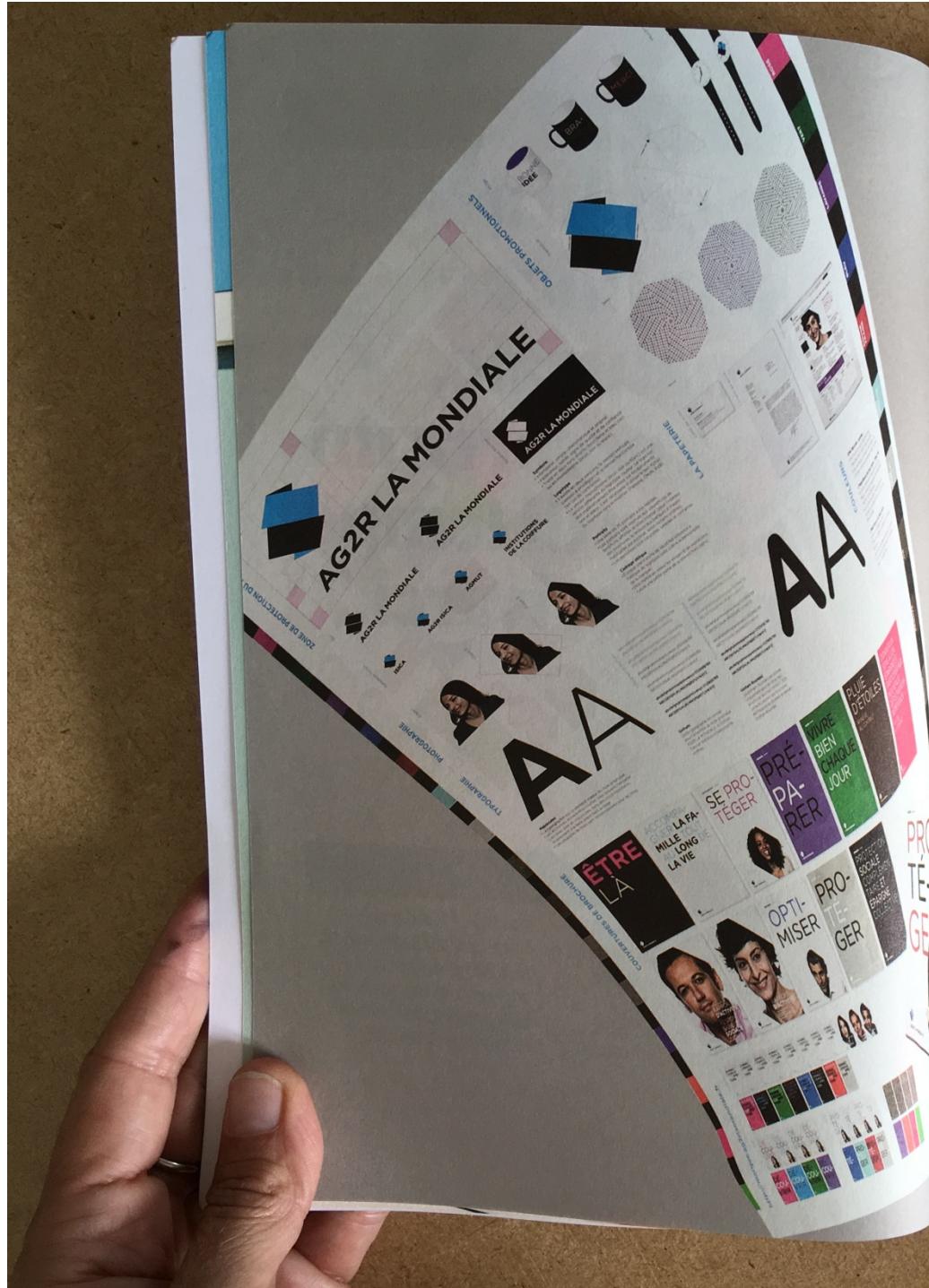


**“Sembra  
semplice  
e naturale,  
ma occorre un  
sacco di tempo  
per arrivarcì.”**

Personne e carta/  
People and paper

Profilo di Élodie Boyer  
di Éditions Non Standard,  
editrice e consulente  
di marca. Di Anne  
Miltenburg. Ritratto  
di Benjamin Schmuck

Profile of Éditions Non  
Standard's Élodie Boyer,  
publisher and brand  
consultant. By Anne  
Miltenburg. Portrait by  
Benjamin Schmuck  
*'It looks simple  
and natural, but it  
takes so much time  
to get there.'*



**Apertura precedente.**  
l'editrice Élodie Boyer  
fotografata accanto alle cabine da spiaggia  
di Le Havre.

**Previous spread.**  
Publisher Elodie Boyer  
photographed by the  
beach huts at Le Havre.

**Pagina a lato.** Poster  
di lancio, stampato  
in 17 colori speciali,  
distribuito a 7000  
impiegati della  
compagnia di  
assicurazione francese  
AG2R La Mondiale per  
presentare la nuova  
identità visiva, 2008-12.  
Sopra. Livrea e identità  
per i treni Thello  
che di giorno  
collegano Milano  
a Marsiglia, 2010-16.

**Opposite.** Launch  
poster – printed in  
seventeen spot colours –  
distributed to 7000  
employees of French  
insurance company  
AG2R La Mondiale to  
present the new visual  
identity, 2008-12.  
**Above.** Livrea and  
identity for the Thello  
trains that connect  
Milan to Marseille  
by day, 2010-16.

Élodie Boyer è una consulente d'immagine fuori dal comune. Profondamente innamorata della progettazione, è a sua volta amata dai progettisti con cui lavora per il suo costante impegno a loro favore. Si è guadagnata la fiducia dei suoi clienti proprio grazie a ciò che il design può offrire – clienti che spesso fanno una professione di fede assumendo Boyer e il suo team per realizzare lavori non convenzionali in spazi convenzionali. Una simile reputazione non è stata costruita da un giorno all'altro; è piuttosto il frutto di una ricerca che dura da una vita. E ora il successo della sua impresa Élodie Boyer Conseil, le ha permesso di lanciare una casa editrice, Éditions Non Standard, con un singolare approccio alla progettazione e alla committenza. Avviata nel 2011, Éditions Non Standard ha rapidamente acquisito una fama invidiabile per le sue produzioni, ottenendo consensi per libri insoliti come *Lettres du Havre*, *Ligne B* e occasionali pubblicazioni frutto della collaborazione con UPO (Unidentified Paper Object). L'inclinazione di Boyer a mettere in evidenza design e designer anziché attirare l'attenzione su di sé e sulle sue aziende spiega perché il suo non è ancora un nome noto fra chi si occupa di creatività. Ma con uno scaffale sempre più pieno di premi e un gruppo di estimatori in costante crescita,

tutto questo sembra destinato a cambiare.

Boyer è cresciuta in mezzo al design senza accorgersene: "I miei genitori avevano vent'anni nel 1968, una generazione devota alla forza della progettazione grafica. Le auto, le grafiche, la carta da parati, i vestiti... La gente era spontanea, allegra, coraggiosa e amante delle sfide, semplice e gioiosa." Il design ha fatto da sfondo a tutta la sua infanzia senza che lei se ne rendesse conto. Seduta sul sedile posteriore della Renault di famiglia, giudicava il design delle stazioni di servizio. La sua preferita era Elf, con il suo elementare logo tipografico e i suoi colori accesi.

A Londra, mentre si dedicava al Master in marketing, Boyer ha intervistato personaggi del settore come Wally Ollins e qualcosa è scattato. "Amavo queste persone, come si vestivano, il loro ufficio, l'arredamento, lo stile di vita. Ridevano tanto mentre lavoravano solo, tutto sembrava così bello... Questo è il mondo a cui volevo appartenere," ricorda.

Ma questo era ancora di là da venire. "Il mio primo impiego è stato

**La carta ha un ruolo importante nella ricerca del piacere tattile.**

presso l'industria farmaceutica. Il mio ufficio mi pareva così noioso. Tutto era grigio, marrone, beige, non c'era niente che brillasse," dice. Eppure Boyer ha trovato uno spiraglio per la progettazione. In qualità di responsabile delle comunicazioni per i test clinici, aveva notato che la promessa dell'azienda di offrire una metodologia di indagine unificata in tutta Europa era compromessa da un approccio al design improvvisato. "Stavamo dicendo che volevamo fare test clinici coerenti, ma non eravamo nemmeno capaci di produrre dei biglietti da visita coordinati," spiega. Dare una spolverata e ripulita all'identità visiva è stato uno sforzo premiante.

Boyer è passata poi alla consulenza di marca per una società di Parigi, Carré Noire, prima di mettersi in proprio nel 2002. Cinque anni più tardi si è trasferita in Olanda, un microcosmo della bellezza che fino ad allora aveva eluso i suoi progetti. È stato là che finalmente ha trovato designer e produttori capaci di soddisfare la sua visione della qualità e che rimangono tutt'oggi suoi stretti collaboratori. "Avevo visto l'immagine coordinata di PTT [progettata dallo Studio Dumbar negli anni '80 e '90], la compagnia telefonica olandese, in mostra allo Stedelijk Museum di Amsterdam ed ero rimasta affascinata da un paese che ospitava una mostra dedicata alle linee-guida di un marchio. Sapevo che in Francia non sarebbe mai potuto accadere." Un anno dopo il relatore della sua tesi la introduceva a Studio Dumbar.

Il suo ingresso era legato al rifacimento del marchio della compagnia di assicurazione francese AG2R La Mondiale. I risultati costituirebbero anche oggi un modello da imitare in Francia per quanto riguarda il modo in cui potrebbero esser fatte le immagini coordinate. L'esperienza ha segnato una svolta nella sua carriera: "C'è un prima e un dopo questo progetto. Prima potevo solo avvicinarmi a quel che amavo e più, ma capitava per caso, mentre

dopo Studio Dumbar questo succedeva puntualmente."

Nel 2010 è tornata in Francia portando con sé le sue connessioni con il design olandese, anche se solo digitalmente. Si è stabilita a Le Havre, una scelta improbabile, visto che quella città provinciale non ospita né aziende importanti né alcuna brillante scena creativa. Ma nonostante questa scelta inattesa o forse proprio a causa di essa, Boyer è stata capace di far confluire gli elementi della sua passione in una attività professionale unica nel suo genere.

La professionalità della Boyer si è rivelata negli spazi pubblici dove vive il suo lavoro di branding, per il quale nutre un forte senso di responsabilità: "La nostra consapevolezza è che il pubblico non può sottrarsi al messaggio del nostro cliente. Ma il nostro impegno è tentare di comunicarlo con grazia, humour, renderlo più gioioso che si può, ma sempre nel rispetto dello spazio pubblico. Questa è la nostra forza: massima visibilità e contenuti."

Il suo esame dei marchi esposti nello spazio pubblico l'ha spinta a documentarne la presenza in tutta la città. Ha scattato centinaia di foto di marchi su vetrine e facciate, alcuni involontariamente belli, altri con scritte malamente spaziate o con nuovi metodi di installazione. Questa ossessione è diventata il tema del primo libro della sua casa editrice indipendente: Éditions Non Standard. Un nuovo canale per la diffusione del design era nato.

Éditions Non Standard è uno spazio senza committenti per esplorare i piaceri della letteratura e del design insieme. I libri offrono al lettore un'allettante esperienza multisensoriale in cui storia, immagine, carattere, carta e consistenza sono tutti progettati con la stessa cura. La casa editrice è una collaborazione fra Boyer e Jean Segui, un autore locale che è diventato suo compagno di vita e lavoro, designer come Patrick Doan e Rejane Dal Bello, e lo stampatore Lenoirsching. "Creare è davvero impegnativo,

Pagina a lato e successiva. Lettres du Havre (Éditions Non Standard, €88 / €130 per una copia numerata) di Élodie Boyer e Jean Segui. Progettato da Atelier Patrick Doan (Amsterdam) e stampate in offset, risografia e serigrafia. Pagine interne stampate su Sirio Color Perla 140 g/m<sup>2</sup>, fra altre.



This page and overleaf. Élodie Boyer and Jean Segui's *Lettres du Havre* (Éditions Non Standard, €88 / €130 for the numbered version) designed by Atelier Patrick Doan (Amsterdam) and printed in offset, risograph and silkscreen. Inside pages printed on Sirio Color Perla 140 g/m<sup>2</sup>, among others.




6 Pulp

Pulp 7

# LE HAVRE

Villes réelles  
Villes imaginaires

Elodie Boyer / Jean Seguy



**Frédéric Lambert**

## JE SAIS BIEN MAIS QUAND MÊME

Essai pour une sémiotique des images et de la croyance

Quattro titoli della Collection SIC di Éditions Non Standard una collana di libri accademici dedicati alla ricerca nell'ambito delle scienze dell'informazione e comunicazione, che comprende *Je sais bien mais quand même* di Frédéric Lambert (2013), Design di Patrick Doan, coadiuvato da Arthur Alazard.

épaule, vertigine. Dobbiamo tutti fare nostra questa vertigine, ma non il tipo di vertigine che viene dalla domanda "sarà approvato dal cliente?". Rinunciamo a realizzare un'idea solo se è tecnicamente impossibile o troppo costosa," dice Boyer. Il risultato è un nuovo tipo di libri che vince premi.

Un libro di questo genere è *Ligne B*, romanzo in 15 capitoli, scritto e intitolato ispirandosi alle 15 fermate del tram della linea B a Le Havre. Ogni capitolo è illustrato da foto prese sul tram e tutte insieme raccontano le storie di personaggi locali.

*Toujours la même histoire*, pubblicata nel 2017, gira intorno a un uomo che vive nella paura per i suoi vicini; è raccontato in tre versioni di lunghezza e complessità crescente in un libro che è adatto a bambini, adolescenti e adulti. Lo sviluppo della storia si arricchisce in ciascuna delle tre parti dei cambiamenti nel design di Patrick Doan e nelle illustrazioni di Josephin Ritschel.

Sul loro sito web Boyer e i suoi soci affermano: "I nostri libri sono accessibili e piacevoli da toccare. Non facciamo opere d'arte, solo libri con colori brillanti, bei caratteri, carta di qualità e l'adorabile profumo della stampa... oggetti che suscitano sensazioni ed emozioni." La carta ha un ruolo importante nella ricerca del piacere tattile. Per *Toujours la même histoire*, *Lettres du Havre et Bienvenue à Colomiers* il team ha scelto carte Fedrigoni. La tinta, la consistenza, il peso e la personalità della carta contribuiscono in egual misura all'esperienza del lettore, migliorando ciò che è stampato sulle sue pagine.

Anche se la difesa del design ha fatto il suo ingresso a Le Havre attraverso i suoi libri, Boyer non si è fermata lì. Nel 2016 ha fatto squadra con Pierre-Yves Cachard, direttore della biblioteca universitaria di Le Havre, per sviluppare un progetto riguardante la spiaggia della città. Lì aveva colpito l'idea che l'inconfondibile infilata di cabine bianche lungo la costa poteva prestarsi a un intervento e così hanno invitato il designer olandese Karel Martens, che ha progettato dei motivi a strisce capaci di trasformare una spiaggia qualsiasi in una festa per gli occhi.

Se il lavoro di Boyer sembra un sogno, la realtà è ben diversa. Spiega: "Penso che siamo come la Rolls-Royce dell'immagine coordinata. Ogni cosa che facciamo è un gioiello, è meravigliosamente personalizzato e dedichiamo un sacco di tempo per trovare queste soluzioni, ci impegniamo, ci impegniamo tantissimo. Sembra semplice e naturale, ma occorre un sacco di tempo per arrivarci. Come quando abbiamo fatto i bus per 'Open Tour Paris' e 'The Original Bus Tour London'. Una volta che è tutto fatto, sembra così semplice, come se ci fosse stato sempre e solo quel bus. Ma siamo partiti da più di un centinaio di proposte e ci sono stati un sacco di confronti, scelte e dubbi."

Nel frattempo il mondo ha imparato ad amare il genere di progettazione che Boyer ha sempre difeso. "Nel 2007 combattevamo contro gli effetti 3D e le ombreggiature, ma ora la tendenza generale è più vicina a quel che abbiamo sempre fatto e faremo. Così oggi non abbiamo più tanto da combattere." È consapevole che un giorno la marea potrà ancora cambiare. "Qualunque sia il trend, noi manterremo questo stile per tutta la vita. Coraggioso, semplice, brillante." Voilà.

**Élodie Boyer** is an unusual brand consultant. Deeply in love with design, she is in turn loved by the designers she works with for her unrelenting advocacy of their work. She has earned the trust of her clients by showing that design can deliver – clients often take a leap of faith by hiring Boyer and her team to create unconventional work in conventional spaces. Such a reputation was not built overnight; rather it is the outcome of a pursuit that has taken a lifetime. And now the success of her company Élodie Boyer Conseil has

Karine Berthélémy-Galet  
PAROLES DE PUB  
La vie triviale de la publicité

Delphine Saurier  
LA FABRIQUE DES ILLUSTRES  
Proust, Durin, Jollet et l'oeuvre de l'illustration

Four titles from the Éditions Non Standard's Collection SIC, a series of academic books dedicated to research in the information and communication sciences, including Frédéric Lambert's *Je sais bien mais quand même* (2013). Design by Patrick Doan, assisted by Arthur Alazard.

Collection SIC  
Recherches en sciences de l'information et de la communication

ÉDITIONS NON STANDARD

Pulp 11

**Pulp 12**

made it possible for her to launch a publishing house, Éditions Non Standard, with a singular approach to design and commissioning. Launched in 2011, Éditions Non Standard has quickly acquired an enviable reputation for its work, winning critical acclaim for unusual books such as *Lettres du Havre*, *Ligne B* and occasional collaborative publication UPO (Unidentified Paper Object). Boyer's tendency to spotlight design and designers rather than draw attention to her own personality and companies explains why she is not yet a household name in the creative industries. But with a lengthening shelf of awards and an ever-growing group of admirers this looks set to change.

Boyer grew up on design without being aware of it: 'My parents were twenty in 1968, a generation that was all about graphic design power. The cars, the graphics, the wallpaper, the clothes... People were crazy, and happy, and daring, and bold, and simple, and joyful.' Design simply formed the backdrop of her childhood without her being very aware of it. Sitting in the back seat of her parent's Renault, she would rank the design of petrol stations. Her favourite was Elf, with its simple typographic logo and bold colours.

In London, while studying for an MA in marketing, she interviewed industry figures such as Wally Olins, and something clicked. 'I loved these people, how they were dressed, their office, the furniture, their lifestyle. They laughed a lot while working hard; everything looked so beautiful... This is the world I wanted to belong to,' Boyer recalls.

But this wasn't on the cards just yet. 'At my first job I was working in the pharmaceutical industry. My office looked so dull. Everything was grey, brown, beige, nothing.'

**Paper plays an integral part of the pursuit of tactile pleasure.**

looked bright,' she says. Even so, Boyer found an opening for design to trickle in. As the communications manager for clinical trials, she found that the company's promise to deliver a unified testing methodology across Europe was undermined by its haphazard approach to design. 'We were saying we would do consistent clinical trials, but we couldn't even do consistent business cards,' she explains. The dusting off and cleaning up of visual identity became a rewarding effort.

She moved on to brand consultancy Carré Noire in Paris, before striking out on her own in 2002. Five years later she moved to The Netherlands, a microcosm of the beauty that had eluded Boyer's projects so far. It was there that she finally found the designers and producers who chimed with her vision of quality, and who remain her close collaborators to this day. 'I had seen the PTT identity [designed by Studio Dumbar in the 1980s and 90s] exhibited at the Stedelijk Museum in Amsterdam, and I was fascinated by a country that would host an exhibition of brand guidelines. I knew that could never happen in France.' A year later her MA mentor Nicholas Ind introduced Boyer to Studio Dumbar.

She was brought in for the rebranding of French insurance company AG2R La Mondiale. The results would go on to set an example in France for how corporate brand identities could be done. The experience was a turning point in her career. 'There is a before and after this project. Before, we could get close to what I loved the most, but it was more by luck, whereas after Studio Dumbar, it was by default.'

In 2010, she returned to France, bringing her Dutch design connections with her – albeit digitally. She settled in Le Havre, an unlikely choice, since the provincial town neither houses large corporates nor a blazing creative scene. But despite (or perhaps because of) this quirky location choice, Boyer was able to bring the different elements of her passions together into a

**Toujours la même histoire**  
Éditions Non Standard  
Illustrations de Josephin Ritschel  
Design de Patrick Doan  
Photographies de Marco Juan Lavandier  
Concept, photographie et direction créative : Elodie Boyer

**Sopra. Copertina di Toujours la même histoire, una storia presentata in tre versioni, adatti per bambini, ragazze e adulti. La storia si arricchisce dei cambiamenti nel design di Patrick Doan e nelle illustrazioni di Josephin Ritschel, che mostrano maggior maturità e complessità mano che il libro procede. Stampato su Arcoprint Milk White 85 g/m<sup>2</sup> e Arcoprint Edizioni Avorio 1.7 80 g/m<sup>2</sup>.**

**Above. Cover of Toujours la même histoire, a story presented in three versions suitable for children, teenagers and adults. The story is enhanced by the changes in Patrick Doan's design and Josephin Ritschel's illustrations which grow in maturity and complexity as the book progresses. Printed on Arcoprint Milk White 85 g/m<sup>2</sup> and Arcoprint Edizioni Avorio 1.7 80 g/m<sup>2</sup>.**

one-of-a-kind professional practice. Her future revealed itself in the public spaces where her branding work lives, for which Boyer feels great responsibility: 'Our hidden agenda is that the public cannot avoid our client. But our fight is trying to communicate with grace, with humour, to make it joyful if possible, but always with respect for the public space. This is our strength: maximal visibility and content.'

Her scrutiny of brands in public spaces led her to document signage across the city. She took photos of hundreds of logos on shop windows and office façades, some unintentionally beautiful, some with badly spaced lettering, or with novel methods of installation. This obsession became the topic of the first book by her own independent publishing house: Éditions Non Standard. Another channel for design advocacy was born.

Éditions Non Standard is a safe haven in which to explore the combined pleasures of literature and its design. The books offer the reader an inviting, multi-sensory experience, where narrative, image, type, paper and weight are all designed with equal consideration. The publishing house is a collaboration between Boyer and Jean Segui, a local author, who became her partner in life and work, and designers such as Patrick Doan and Rejane Dal Bello, as well as printer LenoirSchuring.

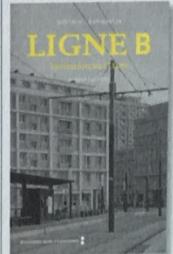
'To create is really scary, it is fear, it is vertigo. We all have to embrace this creative vertigo, but not the kind that comes from the question, "will this be validated by the client?" The only thing we accept as a no [to a great design idea] is if it is technically not possible or way too expensive,' says Boyer. The outcome is a new type of literature that wins design awards.

One such book is *Ligne B*, a novel with 15 chapters, written and named after the 15 stops of the tram B in Le Havre. Each chapter is illustrated by photographs taken on the tram line and combined they tell the stories of local characters.

*Toujours la même histoire*, published in 2017, revolves around a man who lives in fear of newcomers; it is told in three versions of increasing length and complexity in a book aimed equally at children, teenagers and adults. The narrative is

**Sopra e sotto. Particolare e copertina del romanzo di Jean Segui *Ligne B*, progettati da Patrick Doan con il contributo di Marco Juan Lavandier. Idea, fotografia e direzione creativa: Elodie Boyer.**

**Above and below. Detail and cover of Jean Segui's novel *Ligne B*, designed by Patrick Doan with assistance from Marco Juan Lavandier. Concept, photography and creative direction: Elodie Boyer.**



**Pulp 13**



# pulp

Stampato su carte Fedrigoni

Stampato da Opero, Italia

#### Caratteri di stampa

Sole Serif text  
Sole Serif big display  
Sole Serif headline  
Arzachel  
c-a-s-t.com

#### Copertina

Symbol Card 1Side 240 g/m<sup>2</sup>.  
Stampa in quadricromia e  
Pantone 877C, con verniciatura  
neutra di protezione

#### Pagine 1-32

Freelife Vellum Ivory 120 g/m<sup>2</sup>.  
Stampa in quadricromia e  
Pantone 805U, con tecnologia  
Offset UV

#### Pagine 33-36

Sirio Color Bruno 140 g/m<sup>2</sup>.  
Stampa in quadricromia e  
Pantone 877U, con tecnologia  
Offset UV

#### Pagine 37-68

X-PER Premium White 140 g/m<sup>2</sup>.  
Stampa in quadricromia e  
Pantone 871U, con tecnologia  
Offset UV

PANTONE® è un  
marchio registrato



Printed on Fedrigoni papers

Printed by Opero, Italy

#### Typefaces

Sole Serif text  
Sole Serif big display  
Sole Serif headline  
Arzachel  
c-a-s-t.com

#### Cover

Symbol Card 1Side 240 g/m<sup>2</sup>.  
Printed in process colours  
and Pantone 877C, with an  
overall neutral coating

#### Pages 1-32

Freelife Vellum Ivory 120 g/m<sup>2</sup>.  
Printed in process colours  
and Pantone 805U by offset  
UV technology

#### Pages 33-36

Sirio Color Bruno 140 g/m<sup>2</sup>.  
Printed in process colours  
and Pantone 877U by offset  
UV technology

#### Pages 37-68

X-PER Premium White 140 g/m<sup>2</sup>.  
Printed in process colours  
and Pantone 871U by offset  
UV technology

PANTONE® is a  
registered trademark

Pulp è realizzato da Eye  
magazine per Fedrigoni

Pulp is created by Eye  
magazine for Fedrigoni

pulp@eyemagazine.com  
Pulp, c/o Eye Magazine Ltd  
Top Floor  
100 De Beauvoir Road  
London N1 4EN  
United Kingdom

Direttore Editoriale/Editor  
John L. Walters

Designers  
Holly Catford  
Simon Esterson

Vicecaporedattore/  
Assistant editor  
Sarah Snaith

Fotolitho/Origination  
Dawkins Colour, London

Fotografie/Photography  
Julian Anderson  
Robert Billington  
John Bodkin  
Roger Fawcett-Tang  
Ed Park  
Benjamin Schmuck

Redattori aggiuntivi/  
Subeditors  
Deborah Burnstone  
Chris Morley

Traduttori/Translators  
Massimo Gonzato  
Sharon Tolaini-Sage

Fedrigoni Central  
Headquarters  
Verona, Italy  
Phone +39 045 8087 888  
Marketing@Fedrigoni.com

Fedrigoni France  
Choisy-Le-Roi/Paris  
Phone +33 (0)1 49 87 11 66  
Contact@Fedrigoni.fr

Fedrigoni España  
Madrid  
Phone +34 91 684 60 88  
Info@Fedrigonoclub.com

Fedrigoni Portugal  
Lisboa  
Phone +351 217 230 600  
Info@Fedrigonoclub.com

Fedrigoni Benelux  
Bruxelles  
Phone +32 2 686 31 11  
Info@Fedrigoni.be

Fedrigoni UK  
London  
Phone +44(0)20 7242 3168  
Marketing\_coordinator@  
Fedrigoni.co.uk

Fedrigoni Germany  
Headquarters  
München  
Phone +49 (0)89 61 41 13-0  
Info@Fedrigoni.de

Fedrigoni Austria  
Vienna  
Phone +43 (0)189 03 086  
Info@Fedrigoni.at

Fedrigoni Asia Headquarters  
Hong Kong  
Phone +852 (0)2510 0515  
Fedrigoni.asia@  
Fedrigoni.com