

Al rush finale il concorso internazionale riservato a designer, stampatori, editori e clienti che valorizzino con le loro creazioni le carte e i materiali Fedrigoni, Fabriano, Manter e Ritrama

Fedrigoni Top Award 2021, ecco la rosa dei finalisti

Intanto, il web ha espresso la sua preferenza: il più votato dalla community di appassionati e operatori del settore, con 815 “like”, è stato il packaging mediterraneo di “ITSocase”

Verona, 3 febbraio 2021 – Dalle scatole da tè più raffinate alle confezioni per profumi, alle shopper bag d’alta moda; dalle etichette - piccole opere d’arte - per birre artigianali, vini e liquori pregiati, conserve gourmet, a preziosi cataloghi illustrati, calendari, libri d’arte, accessori coordinati per aziende. E’ questo il mondo di chi usa materiali Fedrigoni e da qui provengono i 17 progetti finalisti pronti all’ultimo confronto per aggiudicarsi, a Parigi in giugno, il Fedrigoni Top Award 2021.

Brasile, Cina, Portogallo, Spagna, Francia, Gran Bretagna, Germania, Repubblica Ceca e Italia sono i Paesi che secondo la giuria di esperti hanno espresso le realizzazioni più interessanti e innovative, giunte alla fase conclusiva del contest internazionale che Fedrigoni organizza ormai da dodici edizioni per dare risalto alle migliori creazioni con carte speciali a marchio Fedrigoni e Fabriano e con materiali adesivi per etichette Manter e Ritrama, stampate con qualsiasi tecnica, nel packaging, nella grafica, nella corporate communication e nell’editoria.

Il Fedrigoni Top Award è una grande vetrina di idee capace di ispirare e suggerire nuove visioni, un’occasione per celebrare il valore della carta nell’ideazione e realizzazione di ogni genere di prodotto. Sono oltre 1.000 le proposte pervenute, realizzate da luglio 2018 a fine giugno 2020, e una giuria composta come ogni anno da un panel di esperti internazionali noti nel mondo del design e della comunicazione le ha accuratamente valutate in relazione all’originalità del progetto grafico, alla funzionalità, all’accuratezza di esecuzione e all’uso appropriato delle carte Fedrigoni.

Questa la rosa dei finalisti, che in ognuna delle quattro categorie in gara concorreranno all’assegnazione del Fedrigoni Top Award 2021: “Big Kitchen” (Lisbona, Portogallo), “Book Key Cucine” (Verona, Italia), “Golden Moments” (Leeds, Gran Bretagna), “La Lepre e la Luna” (Montecassiano, Italia), “No Man’s Space / Capricorn Vermouth Dry & Eclipse Gin” (Spoltore, Italia), “Buche & Gran Buche” (Barcellona, Spagna), “Album di Famiglia / Last Colony Gin” (Spoltore, Italia), “Birrificio sul mare” (Camaione, Italia), “Quinta dos Montes - Parcela Nº5” (Covas do Douro, Portogallo), “Armatore, lo Zingaro del Mare” (Salerno, Italia), “Basao Gongfu Teabag Series Packaging - Archive Box” (Xiamen, Cina), “Jordi’s Chocolate” (Hradec Kr, Repubblica Ceca), “No One can Fail - Écrire son Nom (Upo 3)” (Le Havre, Francia), “Moholy / Nagy and the New Typography” (Mainz, Germania), “Phoenix Art from the Artist Xue Song” (Shanghai, Cina), “Tupigrafia Magazine Issue #12” (San Paolo, Brasile), “L’Architecture des Arbres” (Parigi, Francia).

La selezione si è svolta a novembre nelle splendide sale dell’Archivio Storico di Fedrigoni, a Verona, che per alcuni giorni ha ospitato la giuria nel rispetto di tutte le necessarie precauzioni per la salute dovute all’imperversare del Covid19. Per permettere di vagliare nei tempi previsti tutti i progetti presentati, il parterre di esperti già annunciato è stato ampliato con l’ingresso di **Martina Corradi**, marketing manager per HP Indigo® e PWP per l’Italia; **Silvana Amato**, docente ed esperta di grafica editoriale e **Roger Botti**, direttore generale e creativo di Robilant Associati. Nomi di consolidata preparazione ed esperienza che sono andati ad aggiungersi a quelli di **Simon Esterson**, presidente della giuria e art director di Pulp e della testata inglese Eye Magazine; **Frank Goehrhart** di Taschen, che si occupa con successo di editoria di alta gamma; **Min Wang**, docente alla China Central Academy of Fine Arts; **Ivan Bell** di Stranger & Stranger, esperto mondiale di etichette per il settore spirits e **Juan Mantilla** di KIKO Milano, specialista in design e produzione di packaging cosmetico.

Ma un primo vincitore c'è già, ed è il progetto più votato online dalla community di appassionati e operatori del settore che hanno potuto visionare i lavori sulla pagina dedicata del sito di Fedrigoni: si tratta di "ITsocase", nella categoria packaging, realizzato da l'M comunicazione per Teorema Mediterraneo su carta Fedrigoni Arena White Smooth 450gr, che ha ottenuto 815 "like", praticamente un plebiscito (4,7 su 5). Ancora visibile online, in attesa di essere esposta insieme agli altri vincitori, "ITsocase" è la "valigia" per un viaggio sensoriale in Italia, che comincia dai colori dei paesaggi mediterranei e delle maioliche amalfitane, passa per la matericità della carta che ne fa risaltare la brillantezza e arriva al gusto e alla prelibatezza dei prodotti gastronomici.

"Ogni anno si conferma l'ottimo livello qualitativo, tecnico e artistico dei progetti che la giuria è chiamata a valutare - commenta **Chiara Medioli Fedrigoni**, Group Marketing & Sustainability Director di Gruppo Fedrigoni -. Poter vedere così tante realizzazioni contemporaneamente ci permette di avere una visione più chiara di cosa accade nel mondo della grafica e del design: ad esempio, l'editoria riemerge con forza, esiste un ricco filone di proposte per i packaging del tè in Asia e in Australia, le etichette per vini e superalcolici diventano sempre più incisive. E' un grande orgoglio per noi dare matericità e contribuire alla realizzazione di progetti capaci di fondere cultura, sperimentazione, creatività e nuove tecnologie, riaffermando il ruolo della carta come strumento di design". La conferma viene dalla scelta dei prodotti: per le etichette autoadesive, molto sofisticate, si è spesso preferita la carta **Tintoretto**, ma non sono mancati volumi preziosi e cataloghi d'arte stampati su **Arena**, la linea di carta e cartoncini bianchi e avoriati lanciata da Fedrigoni a settembre, mentre molte proposte di packaging si sono orientate su **Materica**, una carta più tattile e morbida, in colori naturali.

Sono quattro infatti le categorie in gara: **Publishing**, dedicata a Gianfranco Fedrigoni, che comprende libri, volumi, riviste, edizioni d'arte; **Corporate Identity**, che va dai cataloghi di prodotti e servizi ai coordinati grafici, dai calendari ai diari, agli inviti/auguri, alla regalistica di cartotecnica; **Packaging**, ovvero scatole, astucci, shopping bag, espositori da banco, e **Labels**, riservata alle etichette per alimenti di alta gamma ma soprattutto per vini e liquori, che quest'anno hanno fatto la parte del leone con un terzo dei lavori pervenuti, a conferma di un segmento in forte espansione in cui Fedrigoni è al primo posto in Europa.

I vincitori saranno proclamati a giugno, nel corso di una cerimonia a Parigi dove le creazioni saranno esposte in una mostra: questo è l'obiettivo a cui sta lavorando Fedrigoni, nella speranza che la diffusione della pandemia lo consenta. Oltre a ricevere un trofeo simbolico, le realizzazioni più interessanti saranno inserite in un catalogo distribuito in tutto il mondo. La giuria si riserva inoltre di attribuire un riconoscimento speciale al miglior lavoro che in ogni categoria sia realizzato con una tecnologia a stampa digitale HP Indigo®, patrocinatore del premio insieme a Fedrigoni.

Per vedere la lista completa e le immagini dei progetti: <https://fedrigonitopaward.com>

Il Gruppo Fedrigoni

Dal 1888 Fedrigoni significa eccellenza nella produzione di carte speciali. Il Gruppo è tra i maggiori player in Europa nella produzione e vendita di diverse tipologie di carta ad alto valore aggiunto per packaging e grafica, e di prodotti autoadesivi per l'etichettatura. Con circa 4.000 dipendenti tra Italia e sedi estere e 25.000 referenze in catalogo, il Gruppo vende e distribuisce in 130 Paesi nel mondo. A Fedrigoni fanno capo, nella divisione paper, Cordenons e lo storico marchio Fabriano, con oltre 750 anni di storia, e, nella divisione etichette, Arconvert e Ritrama, che ha portato il Gruppo a divenire terzo player globale nel mondo pressure sensitive labels.

Per maggiori informazioni: www.fedrigoni.com

Per ulteriori informazioni alla stampa:

d'I comunicazione - Stefania Vicentini - 335 5613180 - sv@dicomunicazione.it