

pulp 1/2



2

La forma sigue a la estrategia
En vez de estar a la caza de tendencias, el estudio de diseño barcelonés Clase BCN persiguen la sensibilidad y las ideas. Por Sarah Snaith

De la stratégie naît la forme
Chez Clase BCN, studio de design barcelonais, on se refuse à courir après les tendances, pour se consacrer à l'exploration des idées et des sensibilités. Par Sarah Snaith

16

Gentleman en Fabriano
En los Apeninos italianos, este reputado ilustrador captura el trabajo en equipo, la técnica y las máquinas de la fabricación de papel. Por Chiara Mediolì

Gentleman à Fabriano
Dans les Apennins italiens, ce célèbre illustrateur capture le travail d'équipe et les techniques et machines nécessaires à la fabrication du papier. Par Chiara Mediolì

32

Un mundo flotante
La agencia de diseño londinense IWANT se convirtió en su propio cliente tras lanzar una marca de té matcha con un packaging precioso. Por Patrick Baglee

Un monde flottant
L'agence londonienne IWANT passe du côté client en lançant une nouvelle marque de thé matcha au packing précieux. Par Patrick Baglee

38

Fedrigoni Top Award
¿Cómo se gana un Top Award? Pulp repasa algunos premiados anteriores y actuales, y de ahora, y habla con el jurado de lo que sucede entre bambalinas

Fedrigoni Top Award
Que faut-il pour gagner un Top Award ? Pulp se penche sur les gagnants passés et présents, et se glisse en coulisse avec le jury

60

Personas y papel
Los diseños de Mirko Borsche para la Ópera Estatal de Baviera son tan arriesgados como las producciones de nivel internacional de la institución. Por John L. Walters. Retrato de Martina Borsche

Les hommes et le papier
Les designs de Mirko Borsche pour l'Opéra d'État de Bavière sont aussi audacieux que les productions internationales de l'institution. Par John L. Walters. Portrait par Martina Borsche

Cubierta. Mirko Borsche. Retrato de Martina Borsche. Ver pp. 60-79. Página anterior. Kalendar 2017, por del estudio de diseño alemán Hansen/2. Ver pp.56-57. Cubierta posterior. Dibujo de los fabricantes de papel Fabriano por David Gentleman, ver pp.16-31.

Couverture. Mirko Borsche. Portrait par Martina Borsche. Voir pp. 60-79. Ci-contre. Kalendar 2017, du studio de design allemand Hansen/2. Voir pp.56-57. Quatrième de couverture. Dessin de fabricants de papier Fabriano par David Gentleman, voir pp.16-31.

Pulp es una creación de Eye magazine para Fedrigoni

Pulp est une création Eye magazine pour Fedrigoni

pulp@eyemagazine.com
Pulp, c/o Eye Magazine Ltd.
Unit F, Reliance Wharf
2-10 Hertford Road
London N1 5EW
United Kingdom

Dirección editorial/Rédacteur
John L. Walters

Diseñadores/Designers
Holly Catford
Simon Esterson

Ayudante de edición/Assistante de rédaction
Sarah Snaith

Fotolitografía/Photolitho
Dawkins Colour, London

Fotografías/Photographies
John Bodkin
Martina Borsche

Subeditores/Sous-rédacteurs
Deborah Burnstone
Robert Hanks
Chris Morley
Clare Walters

Traducción/Traducteurs
OT-Traduction SAS
Silvia Guiu Navarro
Alexandra Moisy
Blandine Péliissier
Manuel Sesma Prieto

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

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





En vez de estar a la caza de tendencias, el estudio de diseño barcelonés Clase BCN persiguen la sensibilidad y las ideas. Por Sarah Snaith

La forma sigue a la estrategia

El socio y director creativo Daniel Ayuso con el equipo de Clase en su estudio de Barcelona. Fotografía: Salva López. Además de socio y director creativo en Clase, Daniel Ayuso es presidente de las asociaciones españolas de diseñadores ADG-FAD.

Daniel Ayuso, associé et directeur créatif, avec l'équipe Clase dans leur agence de Barcelone. Photographie : Salva López. En plus d'être associé et directeur créatif chez Clase, Daniel Ayuso est le président des associations espagnoles de design ADG-FAD.

Chez Clase BCN, studio de design barcelonais, on se refuse à courir après les tendances, pour se consacrer à l'exploration des idées et des sensibilités. Par Sarah Snaith

De la stratégie naît la forme



enea

Crafted Industry



ary
d in
p-
of
ts
o pro-
all
84 in
les
npany
ues
s-
s its

erised by
uality non
ues and



enea

Enea is a Spanish contemporary furniture manufacturer based in the Basque country. Design represents a fundamental aspect of its core philosophy forged by its multidisciplinary approach to producing products suitable for all environments. Founded in 1984 in line with co-operative principles to which it is affiliated, the company ethos is defined by its core values of participation, social responsibility and innovation as well as its firm commitment to staff.

Enea is synonymous with technology and sustainability characterised by an ongoing commitment to Research and Development, using quality non-polluting recycled materials, innovative manufacturing techniques and demonstrating the utmost respect for the natural environment.

Catálogo de marca y nuevos productos para el fabricante de mobiliario vasco Enea, impreso en Arcoprint 1 EW de 200 g/m², con fotografías de Salva López. El catálogo ofrece detalles de la renovación de la imagen junto con aportaciones sobre los orígenes de la marca, valores y nuevas gamas de productos. Este enfoque era adecuado para el público experto en diseño del Salone del Mobile 2015 en el que se lanzó.

Nouveau catalogue de produits et de marque pour l'entreprise de meubles basque Enea, imprimé sur Arcoprint 1 EW 200 g/m², avec des photographies de Salva López. Le catalogue détaille la refonte de la marque et donne un aperçu de ses origines, de ses valeurs et de ses nouvelles gammes de produits, une approche adaptée au public averti du Salone del Mobile 2015, où il a été lancé.

El estudio de diseño y dirección creativa de Barcelona Clase no está a la caza de tendencias estéticas, sino que centra su trabajo en la innovación y la precisión. Daniel Ayuso, socio y director creativo, afirma que “la forma es consecuencia de la estrategia, no una cuestión de tendencias. Somos un estudio cuyo lenguaje gráfico no deja de evolucionar, algo que tiene más que ver con ser curiosos y conscientes de la cultura y del momento”. Para algunos de sus clientes, como la marca de lencería y ropa interior Oysho, el fabricante de mobiliario italiano Arper o la empresa óptica Gigi Barcelona, Clase ha creado un lenguaje visual refinado, simple y sofisticado.

La mayoría de lo que hacen es solo para el ámbito digital, pero cuando un proyecto requiere piezas impresas, los materiales y el tacto de los acabados son primordiales. “La comunicación offline tiene

la fuerza y la emoción del tacto – explica Ayuso – y posee la capacidad de conectar y revalorizar la relación con el público. El papel es lo opuesto a una pantalla: tiene personalidad, sensibilidad y singularidad. Habla y comunica de forma más honesta”.

En Clase tienden a establecer relaciones a largo plazo con sus clientes (como con el diseñador de calzado español Pedro García con quien Clase lleva casi veinte años trabajando), en parte como resultado de mantener su estatus como estudio “boutique” con solo once personas en su equipo. Clase fue fundado por el veterano diseñador Claret Serrahima en 1978, que ejerce de director general. Junto con Ayuso, trabaja Sandra Parcet, socia y directora ejecutiva de Clase. El estudio cuenta además con seis diseñadores, algunos de los cuales trabajan también en la parte estratégica del proceso de diseño. Ayuso afirma que se centran “en la



Clase diseñó la identidad de Enea, su página web y los catálogos impresos, además de encargarse de la dirección de arte de los demás materiales visuales. La estrategia del estudio se basó en combinar la estética industrial con un carácter duradero y auténtico.

Clase a conçu l'identité d'Enea, son site Internet et ses catalogues imprimés ainsi que tous ses autres supports visuels. La stratégie du studio : marier une esthétique pratique avec authenticité et longévité.



Doble página siguiente. Para el Salone del Mobile de 2018, Clase diseñó la campaña de comunicación online y offline para el fabricante de mobiliario italiano Arper. El sistema de cubiertas, impreso en Freelif Vellum White de 320 g/m² se basa en formas gráficas y un atrevido uso del color (inspirado en la esencia del diseño de Arper) para conectar la amplia gama de materiales impresos.

Double page suivante. Lors du Salone del Mobile 2018, Clase a signé la campagne de communication en ligne et hors-ligne du fabricant de meubles italien Arper. Les couvertures, imprimées sur du Freelif Vellum White 320 g/m² présentent des formes géométriques et une utilisation astucieuse de la couleur qui permettent de relier la grande variété de matériaux imprimés.

creación de lenguajes e identidades visuales y conceptuales completos y coherentes para empresas”.

Enea, un fabricante vasco de muebles, es otro cliente fiel con el que Clase lleva trabajando cuatro años, desde que el estudio se encargó de su rebranding. Al inicio del proyecto, se alinearon los valores de Enea y Clase, y el vínculo que se formó entre el estudio y la empresa le dio a Clase la libertad de proponer direcciones que sentían que expresaban y mostraban la historia de Enea y su uso honesto de los materiales. “Desarrollamos una narrativa auténtica en torno a sus raíces vascas, fotografiando todos los productos con luz natural en el entorno geográfico de la empresa para destacar los valores de su arraigo y su cuidada elaboración industrial”, cuenta Ayuso. El manual de marca, encuadrado en espiral, está impreso en múltiples papeles, incluyendo Arcoprint 1 EW,

y combina diferentes tamaños de página para unificar la tipografía Noe, de Schick Toikka, con fotografías de entornos naturales, superpuestas con datos industriales y productos que proyectan sombras extremas. Las peculiares yuxtaposiciones del fotógrafo Salva López –cinco sillas rojas en una pista forestal, como si salieran de excursión, y otro grupo monocromático de sillas colocadas en un escarpado paisaje montañoso que parecen mantener una conversación seria– son ejemplos de su innovador tratamiento de la fotografía. En 2016, el proyecto ganó un Laus de Oro por la dirección de arte y fotografía y un Laus de Plata por la identidad corporativa.

Para mantenerse fuerte y flexible, el estudio también busca clientes de diferentes sectores. Hace poco han diseñado las etiquetas de los vinos Vallisbona/89, Tossudes y Naltres de la cooperativa de vino y aceite L'Olivera, usando las gamas

“La forma es consecuencia de la estrategia, no una cuestión de tendencias”

adhesivas de Arconvert; han creado la identidad para VOL, un local de conciertos del barrio barcelonés del Poblenou; y han trabajado con el fabricante de mobiliario italiano Arper para el Salone del Mobile 2018, donde usaron Freelif Vellum White para el sistema de cubiertas de la campaña.

Unas formas geométricas potentes, combinadas con una tipografía de paloseco limpia, son los rasgos definitorios del trabajo de Clase con las instituciones culturales. En el FAD (Foment de les Arts i el Disseny) y el MACBA (Museu d'Art Contemporani de Barcelona) y, de manera más abstracta, en “Sumeria y el paradigma moderno” de la Fundació Joan Miró, este planteamiento queda patente en la gráfica de una exposición que traza la influencia del arte mesopotámico en las obras de artistas modernos. Como lo que veían los artistas de esa época eran





La identidad de la exposición en la Fundació Joan Miró "Sumer i el paradigma modern" (Sumeria y el paradigma moderno) combina reproducciones en medios tonos de arte mesopotámico con un código de color potente, aportando así un carácter contemporáneo a una exposición histórica.

L'identité de l'exposition de la Fondation Joan Miró, "Sumer i el paradigma modern" / "Sumer et le paradigme moderne", réunit reproductions en demi-teintes d'art mésopotamien et aplats de couleurs vives, donnant un look contemporain à cette exposition historique.

reproducciones en libros, revistas y periódicos, Clase utilizó una trama de medio tono sobre imágenes en blanco y negro de alto contraste combinadas con potentes colores planos. Los resultados gráficos sorprenden por su seguridad, en marcado contraste con la estética más reservada que suele adoptarse para instituciones de este tamaño.

Las campañas de Clase para las exposiciones del MACBA "Melanie Smith: Farsa y artificio" y "Jaume Plensa" mantienen el lenguaje gráfico del museo, pero adoptan las claves cromáticas y conceptuales de las obras. Para "Farsa y artificio", Clase se inspira en la paleta de Smith; para "Jaume Plensa", la campaña se basa en *Firenze II*, 1992, de Plensa, un enorme signo de interrogación que abre la exposición y hace un guiño a su proceso de trabajo y a las obras expuestas menos

conocidas. En el exterior del museo, pancartas y banderolas diseñadas por Clase ondean al viento y salpican de color la entrada del monolítico edificio blanco y de cristal.

Su trabajo contribuye al objetivo de las instituciones culturales de conservar el público existente y atraer a más gente mediante un equilibrio entre familiaridad e intriga. Clase produce trabajos que combinan estilo y simplicidad, pero que dejan una huella divertida y duradera. Es posible que la dinámica de edades del equipo de Clase tenga algo que ver con ello: "En nuestro estudio trabajan juntas tres generaciones y el diálogo entre ellas nos confiere una personalidad especial. Nos gusta pensar que combinamos la frescura y la energía de la juventud, con la capacidad analítica, la madurez y el sentido común de la madurez".





Gráfica de la exposición "Jaume Plensa" en el MACBA (2018-2019) que utiliza la obra *Firenze II* (1992) como imagen principal.

Graphisme pour l'exposition "Jaume Plensa" du MACBA, 2018-2019, avec pour image centrale *Firenze II*, 1992 de Plensa.



La potente gráfica de la exposición "Melanie Smith: Farsa i artífici" (Melanie Smith: Farsa y artificio) toma y acentúa los colores presentes en las imágenes de Smith.

Le brillant graphisme de l'exposition "Melanie Smith: Farce et Artifice" / "Melanie Smith: Farsa i artífici" annonce et accentue les couleurs présentes dans l'imagerie de Smith.

Clase BCN, studio de design et de création artistique installé à Barcelone, n'essaie pas de suivre les tendances esthétiques, mais plutôt de placer l'innovation et la précision au cœur de ses projets. Daniel Ayuso, associé et directeur créatif explique : "La forme naît de la stratégie, ce n'est pas une question de tendances. Le langage graphique de notre studio ne cesse d'évoluer, mais c'est plutôt lié à notre curiosité et au fait que nous sommes sensibles à la culture et à l'époque que nous vivons." Pour des clients tels qu'Oysho, marque de lingerie et de vêtements d'intérieur, Arper, fabricant de meubles italien ou encore Gigi Barcelona, créateur de lunettes, Clase a créé un langage visuel raffiné, à la fois sobre et sophistiqué.

La majeure partie de leur travail n'existe que dans le monde numérique mais, lorsque le projet se prête à l'impression, les aspects matériel et tactile

sont primordiaux. Selon Ayuso, "la force de la communication hors-ligne réside dans le toucher et dans sa capacité à se connecter et à renforcer le lien avec le public. Le papier, c'est l'inverse d'un écran : il a du caractère, une sensibilité et un aspect unique. Il parle et communique de manière plus honnête".

Le studio a tendance à entretenir des relations de longue durée avec ses clients, comme c'est le cas avec le créateur de chaussures espagnol Pedro García, avec qui Clase travaille depuis près de vingt ans. Cela est dû en partie au fait que, le studio, fondé en 1978 par Claret Serrahima, directeur artistique chevronné et aujourd'hui directeur du studio, ait conservé son statut de "boutique", avec une équipe réduite à 11 personnes. À ses côtés, Sandra Parcet, associée d'Ayuso, est la directrice générale de Clase ; une équipe de six designers, un responsable stratégie et un administrateur les accompagnent. Ayuso explique : "la création

"La forme naît de la stratégie, ce n'est pas une question de tendances"

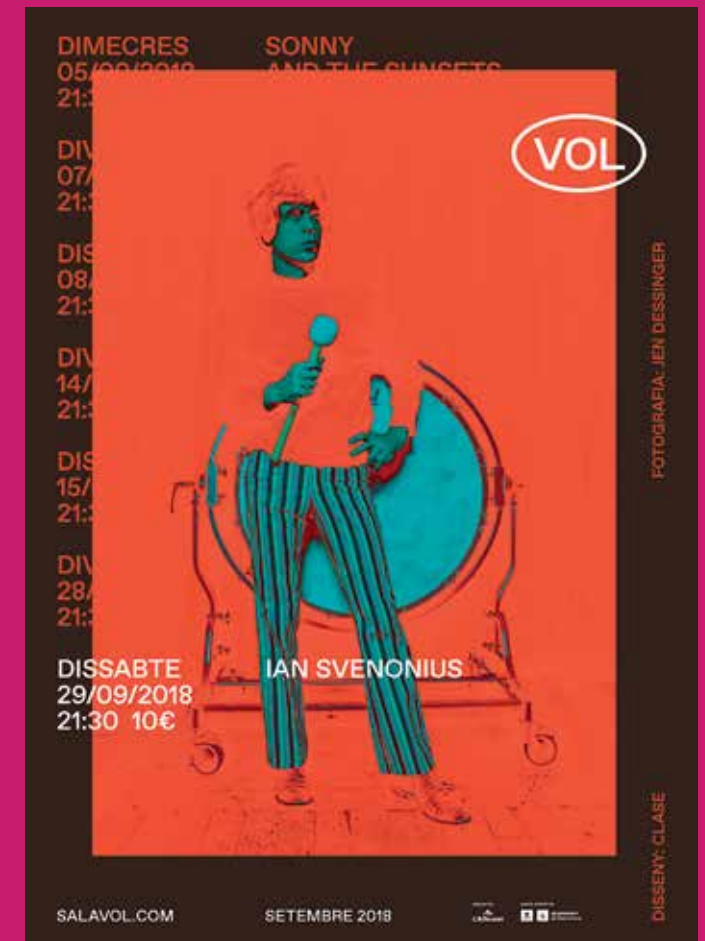
d'identités et de langages d'entreprises complets et cohérents, visuels et conceptuels, est au cœur de notre travail".

Le fabricant de mobilier basque Enea est un autre client de longue date. Ils travaillent ensemble depuis que Clase s'est chargé de la refonte de l'image de marque de l'entreprise il y a maintenant quatre ans. Après avoir harmonisé leurs philosophies de travail, le lien qui s'est tissé entre le studio et l'entreprise a conféré la liberté nécessaire pour proposer des directions qui selon eux exprimaient et transmettaient au mieux l'histoire de l'entreprise et son rapport authentique aux matériaux. "Nous avons développé un récit plein de sincérité inspiré de leurs racines basques, en photographiant tous les produits en lumière naturelle dans l'environnement géographique de l'entreprise pour mettre en avant les valeurs de leur artisanat minutieux", explique Ayuso. Le guide à reliure spirale de la marque



Imagen de marca y material promocional para VOL, un local de conciertos del barrio Poble Nou barcelonés.

Matériel promotionnel et image de marque pour VOL, salle de concert située dans le quartier Poble Nou de Barcelone. clasebcn.com



comprend une variété de papiers, notamment de l'Arcoprint 1 EW, et combine des pages de différentes tailles. La police de caractères de Schick Toikka, Noe, côtoie des photographies de paysages naturels dans lesquels apparaissent des détails industriels et des produits aux ombres très prononcées. Les juxtapositions décalées du photographe Salva López illustrent leur approche inédite de la photographie : cinq chaises rouges sur un sentier forestier qui semblent partir en promenade, une autre série avec des chaises monochromes installées dans un paysage de montagnes escarpées qui semblent engagées dans une grande conversation. Lors du prix Laus 2016, ce projet a valu au studio une médaille d'or pour la direction artistique ainsi qu'une médaille d'argent pour l'identité de marque.

Pour conserver flexibilité et solidité, le studio cherche également des clients de secteurs différents. Récemment, ils ont créé des étiquettes pour les vins

Vallisbona/89, Tossudes et Naltres du producteur catalan d'huiles et de vins L'Olivera Cooperativa, avec des adhésifs des gammes Arconvert. Ils ont également signé l'identité de VOL, une salle de concerts située dans le quartier Poble Nou de Barcelone et ont travaillé pour le fabricant de meubles italien Arper lors de l'édition 2018 du Salone del Mobile : l'ensemble des couvertures de la campagne ont été réalisées avec du Freelifel Vellum White.

Des formes géométriques fortes combinées à des caractères à bâton épurés, telles sont les caractéristiques des travaux réalisés pour différentes institutions culturelles. Une approche mise en lumière sur la signalétique du FAD (Foment de les Arts i el Disseny), du MACBA (Museu d'Art Contemporani de Barcelona) et, de manière plus abstraite, de l'exposition "Sumer et le paradigme moderne" à la Fundació Joan Miró. Cette dernière

exposition met en dialogue l'art mésopotamien et les travaux d'artistes modernes. Comme les artistes de l'époque s'inspiraient des reproductions qui figuraient dans des livres, des revues ou des journaux, Clase a utilisé une trame quadrillée, des images en noir et blanc très contrastées combinées à des aplats de couleurs vives. Le résultat graphique frappe par son audace, qui contraste de manière saisissante avec l'esthétique discrète plus communément adoptée par les institutions de cette envergure.

Les campagnes pour les expositions du MACBA "Melanie Smith : Farce and Artifice" et "Jaume Plensa" conservent ce langage graphique mais empruntent certaines couleurs et références conceptuelles aux œuvres d'art exposées. Pour "Farce and Artifice", Clase a emprunté à la palette de Smith, tandis que la campagne de "Jaume Plensa" s'inspire de *Firenze II*, 1992, immense point

d'interrogation qui ouvre l'exposition et fait allusion au travail de création et à certaines œuvres moins célèbres de l'exposition. A l'extérieur du musée, des bannières et des drapeaux conçus par Clase volent au vent et ajoutent des touches de couleur à ce bâtiment monolithique en verre blanc.

Le travail du studio contribue à soutenir les objectifs de ces institutions : préserver des publics existants et en attirer de nouveaux en trouvant un juste équilibre entre familiarité et intrigue. Combinant élégance et simplicité, il laisse une éternelle impression de légèreté. La dynamique de l'équipe de Clase y est certainement pour quelque chose : "Chez nous, trois générations travaillent main dans la main et nous devons notre personnalité unique à leurs échanges. Nous aimons penser que nous allions la fraîcheur et le dynamisme des plus jeunes aux capacités d'analyse des plus mûrs et à la sagesse des anciens."

En los Apeninos italianos, este reputado ilustrador captura el trabajo en equipo, la técnica y las máquinas de la fabricación de papel. Por Chiara Mediolì

Dans les Apennins italiens, ce célèbre illustrateur capture le travail d'équipe et les techniques et machines nécessaires à la fabrication du papier. Par Chiara Mediolì

Gentleman à Fabriano

Gentleman en Fabriano

David Gentleman realizó estos dibujos en la planta de Fabriano mientras los maestros papeleros fabricaban los papeles Artístico, Fabriano 5, Roma, Esportazione y Tiepolo. Todas las fotografías son de Giuseppe Prezioso para Fabriano.

David Gentleman a fait ces dessins sur site à la papeterie de Fabriano, pendant que les maîtres papetiers réalisaient des papiers Artístico, Fabriano 5, Roma, Esportazione et Tiepolo. Toutes les légendes sont de Giuseppe Prezioso, de Fabriano.

Hecho a mano
El maestro papelerero sacando de la tina la forma con la pulpa para hacer la hoja de papel.

Fait à la machine
Maître papetier tenant la forme utilisée pour la fabrication du papier tout juste sortie de la cuve contenant la pâte raffinée.



El papel es un material delicado: blanco y con tendencia a mancharse; suave y susceptible de romperse; y fino, de forma que hay que manejarlo con cuidado. Y sin embargo, se produce en un entorno ruidoso, caluroso e inmenso. Una fábrica de papel es un lugar fascinante y sobrecogedor para visitar, aunque son sitios cerrados al público. Formar a los visitantes externos en temas de seguridad laboral excede nuestro trabajo de fabricantes de papel.

En la papelería de Fabriano, a orillas del río Giano en la región de Le Marche en Italia, se fabrica papel desde 1264. Esta pequeña población ha recibido el título de “Ciudad creativa” por la Unesco y, en junio de 2019, acogerá la reunión anual de ciudades creativas de la Unesco que incluye un pabellón de papel especial de Fabriano (empresa que forma parte del Grupo Fedrigoni desde 2002).

Entonces, ¿cómo se puede mostrar a los amantes del papel lo que ocurre entre bastidores? Las fotografías pueden ser preciosas, aunque nunca cuentan toda la historia. Pero, como escribió el artista Pierre Bonnard, “El reflejo convencional del mundo exterior que nos da el dibujo es incomparablemente más fiel que el rudo proceso de la fotografía [...] El ojo del pintor aporta un valor humano a objetos y reproduce las cosas tal como las ve el ojo humano”.

Mi abuelo Gianfranco Fedrigoni lo sabía bien. En 1953, invitó a Ettore Fagioli, un célebre artista veronés, para que dibujara y grabara escenas de su querida fábrica de papel y sus empleados en la planta de Fedrigoni de Verona. Fabriano hizo lo mismo varias décadas después con Petrus (Pietrino Vincenzi). Y los grabados sobre la fabricación de papel de la *Encyclopédie* de Diderot

de 1775 son todo un clásico.

Así que mi corazón dio un vuelco cuando el director de arte de *Pulp*, Simon Esterson, me dijo que a David Gentleman le encantaba el papel Esportazione de Fabriano. Esportazione, el Rolls Royce del papel de algodón hecho a mano, lleva produciéndose desde 1972 y es un sueño para cualquier artista. Así que nosotros también soñamos con la posibilidad de que Gentleman viniera a dibujar a la planta de papel de Fabriano.

Conocía a David Gentleman sobre todo a través de los preciosos grabados que hizo para el mural de 100 metros en la estación de metro de Charing Cross (una de las pocas razones para viajar en la línea Northern de Londres). Más tarde conocí sus increíbles sellos, diseñados a lo largo de cinco décadas para el British Royal Mail. Y de joven ilustró el clásico libro de cocina *Plats du Jour* de Penguin (1957). Más recientemente ha puesto su talento al servicio de la paz, con su famosa campaña de carteles “Stop the War” (2003) contra la guerra en Irak. Descubrí tantas maravillas que cuando por fin me presentaron a Gentleman y a su mujer Sue, un soleado día en su casa de Camden, me parecía conocerlos ya. Ágil y esbelto, subiendo y bajando de su estudio en el ático al jardín, Gentleman me mostró algunos hitos de su dilata y productiva carrera. Fue todo un espectáculo para los ojos. Y organizamos su visita a la fábrica de papel de Fabriano.

La producción a máquina y la fabricación de papel a mano requieren un importante trabajo en equipo, y los maestros papeleros de Fabriano estaban encantados de ser modelos de los dibujos de Gentleman. Investigaron sobre su trabajo casi en cuanto les di la noticia (“E’ un inglese famosissimo!”).

Llegado directamente desde Londres a este pueblo enclavado

en los Apeninos, armado con papel Accademia de Fabriano y un lápiz 8B, se sentó en la fábrica, donde se quedó dibujando durante horas con ojos atentos y apasionados.

Le papier est un matériau délicat : blanc et exposé aux taches ; lisse et sujet à l’effritement ; et fin, donc à manipuler avec précaution. Il est pourtant produit dans un environnement bruyant, chaud, vaste et assez macho. Les papeteries sont des endroits impressionnants et fascinants, mais fermés au public : une formation de sécurité pour des visiteurs extérieurs irait au-delà des missions du papetier.

L’usine de Fabriano, sur les bords du Giano dans la région italienne des Marches, est un centre de la production de papier depuis 1264. La petite ville fait aussi partie du Réseau des villes créatives de l’UNESCO, et accueillera, en juin 2019, sa réunion annuelle, avec également un Pavillon du papier Fabriano, l’entreprise faisant partie du groupe Fedrigoni depuis 2002.

Comment faire en sorte que les amoureux du papier puissent jeter un œil en coulisses ? Même si les photos sont belles, elles ne racontent pas toute l’histoire. Mais, comme l’écrivait le peintre Pierre Bonnard : “Le reflet ordinaire du monde extérieur que nous donne le dessin est incomparablement plus fidèle que le procédé aride de la photographie. L’œil du peintre donne aux objets une valeur humaine et reproduit les choses telles que les voit un œil humain.”

Mon grand-père Gianfranco Fedrigoni en avait bien conscience. En 1953, il demanda à Ettore Fagioli, célèbre artiste veronais, de dessiner puis de graver des scènes de sa chère papeterie et de ses employés dans l’usine Fedrigoni à Vérone. Fabriano a fait de même



Hecho a máquina

Además de documentar la fabricación del papel a mano, David Gentleman dibujó escenas de la fabricación industrial en Fabriano. En esta imagen aparece dibujando ante la máquina Fourdrinier F3 –la máquina papelería más grande del Grupo Fedrigoni– que produce papeles offset y de bajo gramaje para impresoras y fotocopias. Fotografía de Giuseppe Prezioso. Abajo. David Gentleman. Retrato de Eamonn McCabe.

Fait à la machine

Non content d’exposer la façon dont le papier est fait à la main, David Gentleman a dessiné aussi des scènes de fabrication industrielle à Fabriano. On le voit ici faire des croquis devant la Fourdrinier F3 – la plus grosse machine à papier du groupe Fedrigoni – qui produit du papier léger ou pour impression offset. Photo de Giuseppe Prezioso. En-dessous. David Gentleman. Portrait par Eamonn McCabe.



il y a plusieurs dizaines d’années avec Petrus (Pietrino Vincenzi). Et les gravures sur la fabrication de papier dans l’*Encyclopédie* de Diderot de 1775 sont des classiques.

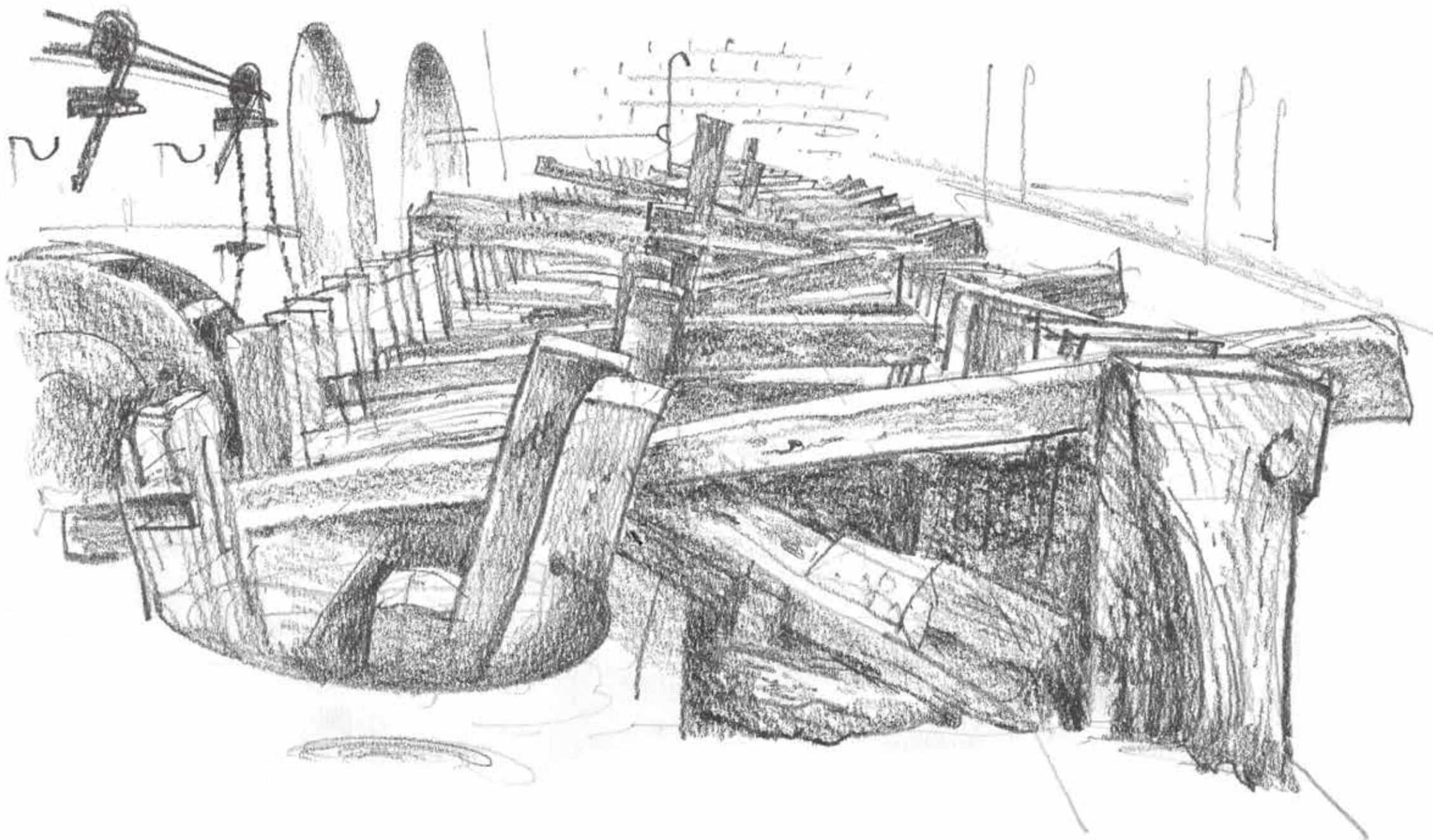
Mon cœur a fait un bond quand Simon Esterson, le directeur artistique de *Pulp*, m’a dit que David Gentleman adorait le papier Fabriano Esportazione. L’Esportazione, la Rolls Royce du papier coton fait-main, produit depuis 1972, est le rêve de tout artiste. Et nous aussi avons rêvé à la possibilité que Gentleman vienne dessiner la papeterie Fabriano.

Je connaissais David Gentleman principalement à travers les magnifiques gravures qu’il a réalisées pour la fresque de 100 mètres dans la station de métro de Charing Cross (l’une des meilleures raisons de prendre la Northern Line à Londres). Puis j’ai découvert ses incroyables timbres, dessinés pendant plus de cinquante ans pour la Royal Mail, la poste royale britannique. Il a également illustré le classique livre de cuisine *Plats du Jour* de Penguin (1957) dans sa jeunesse. Plus récemment, il a mis son talent au service de la paix avec ses

célèbres affiches “Stop the War” contre la guerre en Irak (2003). J’ai découvert tant de merveilles que, lorsque j’ai enfin rencontré Gentleman et sa femme Sue, par une journée ensoleillée chez eux à Camden, j’avais l’impression de déjà les connaître. Svelte et souple, grimpant dans son atelier au grenier, redescendant dans son jardin, Gentleman m’a montré des œuvres marquantes de sa longue et féconde carrière. Ce fût un vrai régal pour les yeux. Et nous avons décidé de sa visite à la papeterie Fabriano.

La fabrication du papier, qu’elle soit mécanique ou à la main, nécessite un vrai travail d’équipe, et les maîtres du papier Fabriano étaient enchantés d’être le sujet des croquis de Gentleman. Ils ont fait des recherches sur son travail dès que nous avons annoncé la nouvelle – “E’ un inglese famosissimo !”

Quelques semaines plus tard, venu tout droit de Londres dans cette petite ville nichée dans les Apenins, il s’est installé dans l’usine et a dessiné pendant des heures, d’un œil observateur et passionné, armé de papier Fabriano Accademia et d’un crayon 8B.



Molino de martillo

En el sótano de la planta de producción de papel hecho a mano hay un molino hidráulico de martillos de madera original. Este dispositivo fue inventado en la Edad Media por los fabricantes de papel Fabriano de la zona para sustituir al antiguo mortero árabe usado para batir los trapos para preparar la pasta de papel. A la izquierda del dibujo puede verse la noria hidráulica que activa un árbol de levas que, a su vez, mueve los batanes que reducen a pulpa los trapos en la tina llena de agua.

Pile à maillet

Dans le sous-sol de l'usine de production de papier artisanal subsiste une pile à maillet hydraulique en bois d'origine. Ce dispositif a été inventé au Moyen Âge par les papetiers Fabriano locaux pour remplacer l'ancien mortier arabe utilisé pour écraser les chiffons lors de la préparation de pâte à papier. Sur le côté gauche du dessin, se trouve une roue hydraulique qui actionne un arbre à cames qui, à son tour, déplace les piliers. Enfin, ces piliers écrasent les chiffons dans la cuve remplie d'eau.

Aplicación de la forma

El maestro papelero (derecha) está a punto de sumergir una forma en la tina llena de la pasta de papel para crear la hoja. A su izquierda hay dos trabajadores más llamados "ponedores". Reciben la forma del maestro papelero y, mediante presión, transfieren la hoja de papel húmeda que se ha formado a un fieltro de lana. Para facilitar esta operación se utiliza un trapán, una tabla de madera redonda llena de agujeros.

Application de la forme

Le maître papetier (à droite) est sur le point de plonger une forme dans la cuve remplie de la pâte à papier utilisée pour créer la feuille. À sa gauche se trouvent deux autres ouvriers appelés "coucheurs". Ils reçoivent la forme du maître papetier et, en appliquant une pression, transfèrent la feuille de papier humide ainsi formée sur un feutre en laine. Une "épaule d'âne", outil en bois de forme ronde, est utilisée pour faciliter cette opération.

Gestos delicados

En este dibujo puede verse un detalle de la transferencia de la hoja de papel de la superficie de la forma al fieltro. Los ponedores sujetan la forma con ambas manos y empiezan a presionarla sobre el fieltro desde el extremo izquierdo hacia el derecho siguiendo la forma redonda del trapán. Con este gesto delicado, la hoja de papel permanece pegada al fieltro y la forma se devuelve al papelero para que pueda formar la siguiente hoja. Esta operación se repite hasta obtener una pila de hojas de papel y fieltros llamada posta.

Des gestes délicats

Ce dessin illustre le transfert de la feuille de papier de la surface de la forme au feutre. Les coucheurs saisissent la forme à deux mains et commencent à l'appliquer sur le feutre du bord gauche vers le bord droit en suivant l'arrondi de l'épaule d'âne. Avec ce geste délicat, la feuille de papier reste collée sur le feutre et la forme est renvoyée au papetier pour qu'il puisse façonner la feuille suivante. Cette opération est répétée jusqu'à ce qu'une pile de feuilles de papier et de feutres soit créée ; cette pile est appelée "la poste".



La pila de papel

Los ponedores y el maestro papelero han trabajado duro hasta ahora (cuando se saca la forma del agua pesa cerca de 40 kg) y la pila de hojas y fieltros ha alcanzado casi la altura deseada. El papel está húmedo y es frágil, así que el objetivo es eliminar todo el agua posible para darle resistencia.

Pile à maillet

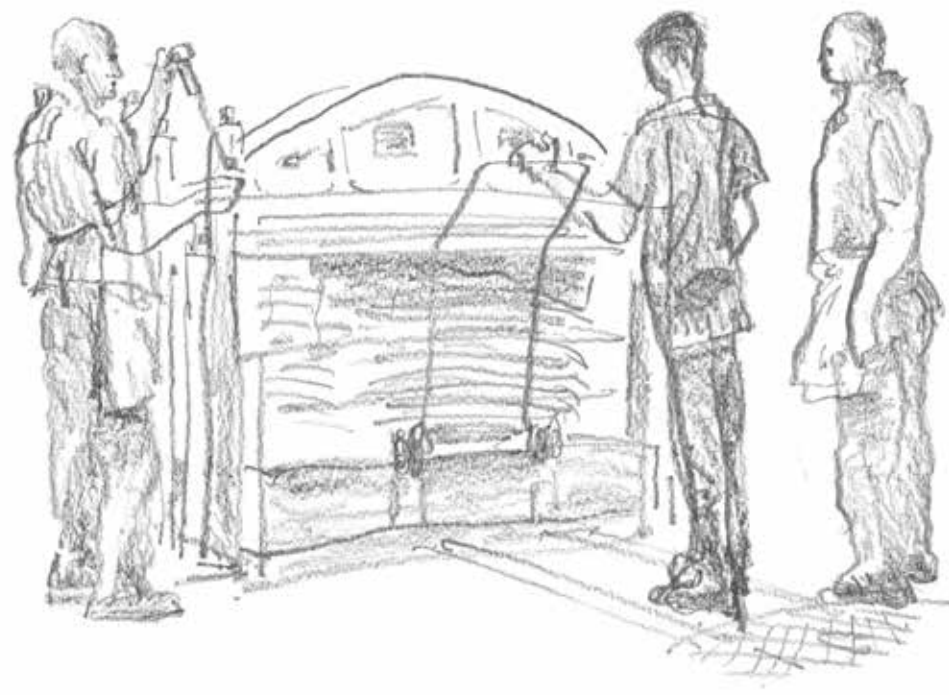
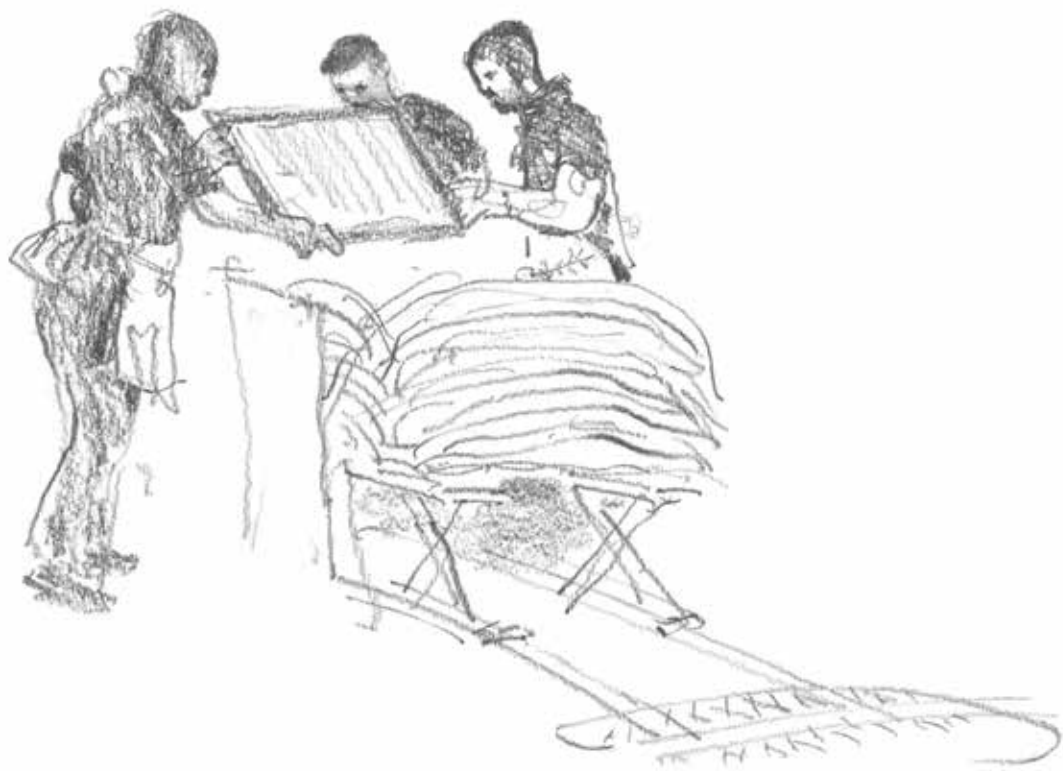
Les coucheurs et le papetier ont travaillé très dur jusqu'à présent (lorsque la forme sort de l'eau, elle pèse près de 40 kg) et la pile de feuilles et de feutres a presque atteint la hauteur souhaitée. Le papier est humide et fragile. Il faut donc maintenant éliminer autant d'eau que possible, en tenant compte de la résistance maximale du papier.

El prensado del papel

Ahora los trabajadores pueden relajarse un poco, pero no mucho. Con la ayuda de un carrito con ruedas, mueven la pila de papeles y fieltros por un pequeño rail de hierro (como una vía de tren) hasta la prensa. Esta fase del proceso tiene la misma función que la sección húmeda de una máquina papelera moderna. Cuando la prensa se pone en marcha, se levanta la base, la posta queda comprimida contra la parte superior de la prensa y cae una cascada de agua de la pila de fieltros y hojas.

Pressage de la pile

Maintenant, les travailleurs peuvent se détendre un peu, mais pas trop ! À l'aide d'un petit chariot à roues, ils déplacent la pile de feuilles et de feutres le long d'une petite voie ferrée (exactement comme celle d'un train) jusqu'à ce qu'elle arrive sous la presse. La fonction de cette zone est identique à celle la partie humide d'une machine à papier moderne. Une fois la presse mise en marche, la base remonte, la "porse" est comprimée par le dessus de la presse et une cascade d'eau est expulsée de la pile de feutres et de feuilles.

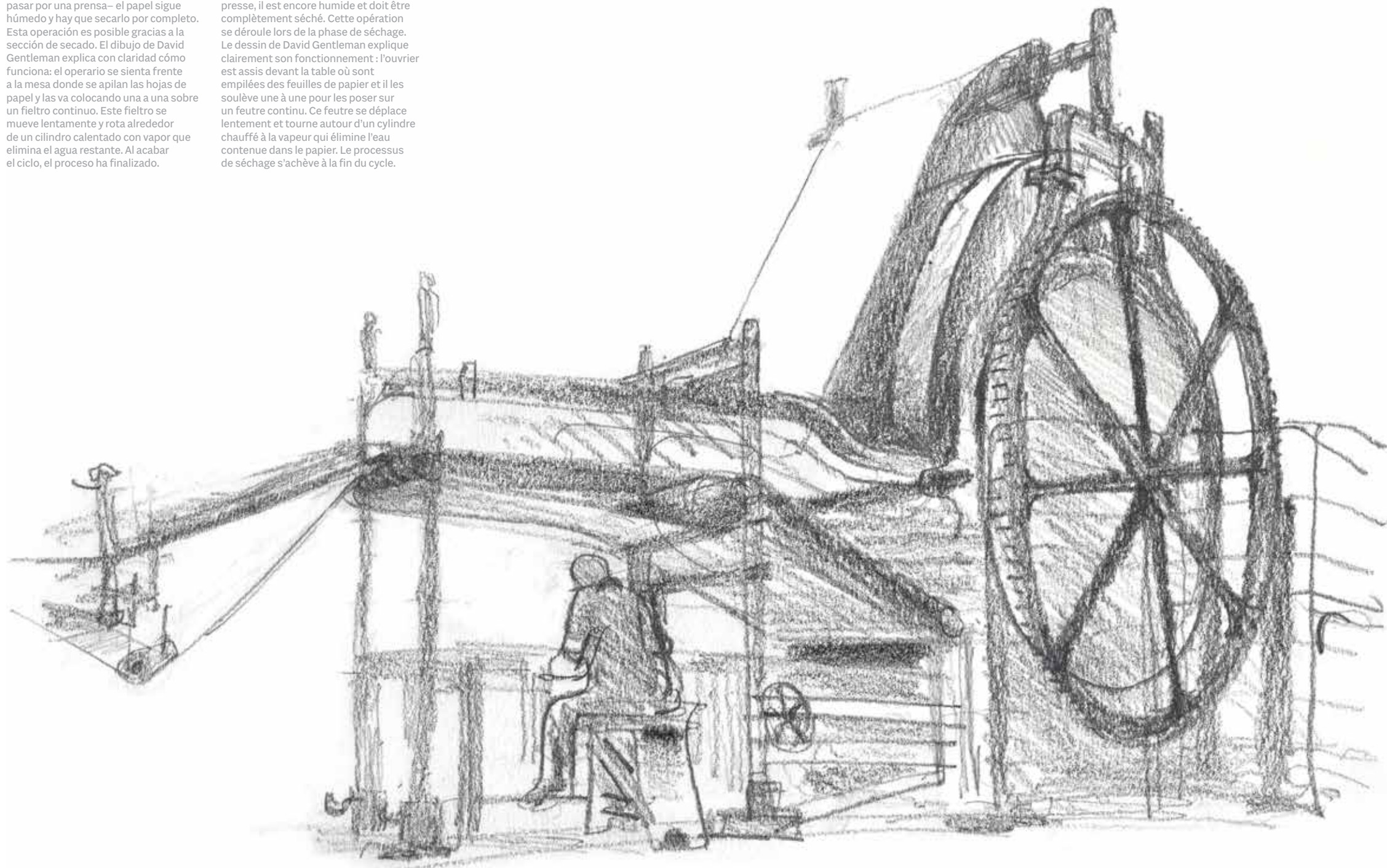


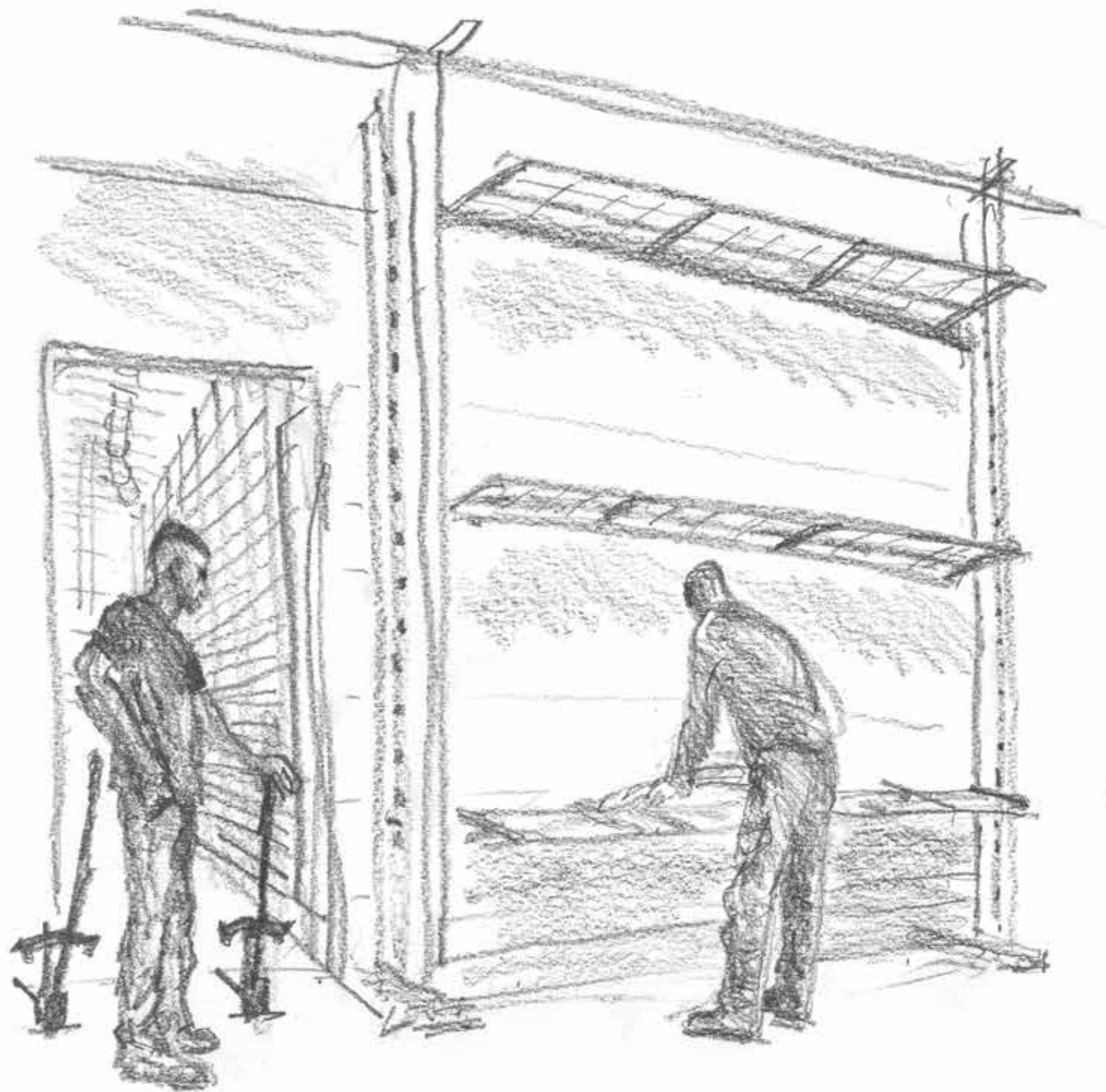
Sección de secado

Una vez escurrida el agua del papel –tras pasar por una prensa– el papel sigue húmedo y hay que secarlo por completo. Esta operación es posible gracias a la sección de secado. El dibujo de David Gentleman explica con claridad cómo funciona: el operario se sienta frente a la mesa donde se apilan las hojas de papel y las va colocando una a una sobre un fieltro continuo. Este fieltro se mueve lentamente y rota alrededor de un cilindro calentado con vapor que elimina el agua restante. Al acabar el ciclo, el proceso ha finalizado.

Phase de séchage

Une fois le papier égoutté dans une presse, il est encore humide et doit être complètement séché. Cette opération se déroule lors de la phase de séchage. Le dessin de David Gentleman explique clairement son fonctionnement : l'ouvrier est assis devant la table où sont empilées des feuilles de papier et il les soulève une à une pour les poser sur un feutre continu. Ce feutre se déplace lentement et tourne autour d'un cylindre chauffé à la vapeur qui élimine l'eau contenue dans le papier. Le processus de séchage s'achève à la fin du cycle.





Encolado y segundo secado

Hay una segunda sección de secado, ya que el papel se seca dos veces para completar el proceso. El papel se seca una primera vez girando alrededor de un cilindro calentado con vapor y luego se encola la superficie con gelatina.

Tras encolar, el papel se vuelve a humedecer y hay que secarlo con una máquina especial. En una sala que data del siglo XIX, una serie de repisas metálicas se mueven lentamente arriba y abajo y adelante y atrás.

Las hojas situadas en estas repisas se secan al oro, en un proceso que dura al menos dos horas.

Collage et nouveau séchage

Il y a une deuxième phase de séchage, car le papier est séché deux fois au cours du processus complet. Lors de l'étape précédente, les feuilles sont séparées des feutres mais restent humides.

Le papier est séché une première fois par rotation autour d'un cylindre chauffé à la vapeur et la surface est ensuite traitée (collée) avec de la gélatine.

Après avoir été collé, le papier est à nouveau humide et doit être séché à l'aide d'une machine spéciale.

Dans une pièce datant du XIX^e siècle, des étendoirs métalliques se déplacent lentement de haut en bas et d'avant en arrière. Les feuilles sont posées sur ces étendoirs et séchées à l'air, un processus de presque deux heures.



Máquina de seguridad

Vista en perspectiva de la máquina número 8. Se encarga de la producción de papel moneda e hilos de seguridad y puede reproducir una marca de agua de varios tonos en el papel. La marca de agua es una medida de seguridad de nivel 1, que significa que es detectable sin el uso de ningún dispositivo y es visible poniendo el papel a contraluz (la imagen aparece como por arte de magia). Esta medida sencilla sigue usándose ocho siglos después de su invención en Fabriano, Italia. A la izquierda del dibujo hay otra medida de seguridad presente en el papel moneda: una serie de hilos de seguridad a punto de ser integrados en el papel.

Machine pour la sécurité

Voici une vue d'ensemble de la machine à papier à cylindre porte-forme numéro 8. Elle est dédiée à la production de billets de banque et de fil de sécurité; cette machine est capable de reproduire un filigrane multi-tonal dans le papier. Le filigrane est un élément de sécurité de niveau 1, ce qui signifie qu'il est détectable sans l'aide d'un appareil et que le filigrane est visible simplement en plaçant une lumière derrière le papier: comme par magie une image apparaît. Cette fonctionnalité simple est encore utilisée huit siècles après son invention chez Fabriano, en Italie. À gauche du dessin se trouve un autre élément de sécurité présent dans les billets de banque en papier: une série de fils de sécurité sur le point d'être intégrés dans le papier.

