

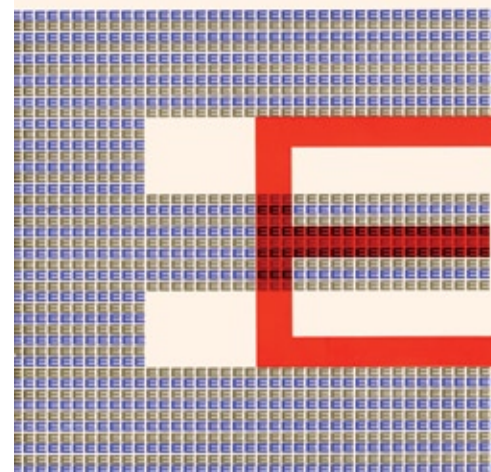
# Eurostile

serie tonda neretta normale



# Eurostile

simboli espressivi del nostro tempo



Di solito la scelta dei caratteri per gli stampati pubblicitari e promozionali sono realizzati in conformità con il tema della campagna stessa o il suo concetto e gli stili rimangono vincolati al segmento nel quale il prodotto rientra. Tuttavia, in alcune realizzazioni grafiche progettate per divulgare il lancio di caratteri tipografici, si verifica esattamente l'opposto: i caratteri determinano lo stile del materiale promozionale. In questa selezione di brochure della Fonderia Nebiolo (dell'archivio Tipoteca Italiana fondazione), possiamo osservare un particolare aspetto della grafica italiana degli anni '50 e '60. L'eccentrico Aldo Novarese fu il progettista che ha curato per molti anni la creazione del materiale promozionale della Nebiolo, aiutato dal team dello Studio Artistico. Questi stampati sono il risultato di un contesto molto particolare e mostrano ancora la passione con cui sono stati progettati.

## Brochure promozionali della Società Nebiolo

## Promotional brochures of the Società Nebiolo

In normal circumstances type for advertising and promotional material is chosen with some consideration for the campaign theme and with regard also given to aspects concerning the product and its prospective purchasers. Nevertheless, in the case of advertising graphics for the promotion of type, the exact opposite is true. It is the type itself that dictates the style of the printed promotional material. In the following selection of the Nebiolo Typefoundry's brochures (from the archives of the Tipoteca Italiana Fondazione), a particular aspect of Italian graphics from the fifties and sixties comes to light. Helped by his team at Nebiolo's "Studio Artistico" and demonstrating considerable versatility as a designer, Aldo Novarese handled the creative side of this printed material. It represents a special context and clearly shows a very high level of commitment in its design.