

# UN NUOVO VOLTO PER LE EX FONDERIE NEBIOLO

Progetto di elementi d'identità visiva  
per un nuovo Centro Culturale a Torino



POLITECNICO DI TORINO  
TESI DI LAUREA IN DESIGN E COMUNICAZIONE  
CANDIDATO: MATTEO BONACCORSO  
RELATORE: MARCO BOZZOLA  
CO-RELATORI: IRENE CAPUTO, DAVIDE TOMATIS  
LUGLIO 2023



# Un nuovo volto per le ex Fonderie Nebiolo

Progetto di elementi d'identità visiva  
per un nuovo Centro Culturale a Torino



**Politecnico  
di Torino**

Politecnico di Torino  
Tesi di laurea in Design e Comunicazione  
Candidato: Matteo Bonaccorso  
Relatore: Marco Bozzola  
Co-relatori: Irene Caputo, Davide Tomatis  
Luglio 2023

## **Abstract**

*Il presente studio si concentra sul Centro Culturale Islamico protagonista della ricerca-azione condotta dal Politecnico di Torino in collaborazione con la Confederazione Islamica Italiana. L'obiettivo dell'iniziativa consiste nella riconversione dell'edificio storico delle ex Fonderie Nebiolo, una delle più rinomate industrie internazionali nel campo della produzione di caratteri tipografici e macchine da stampa, in un complesso culturale polifunzionale rivolto alle comunità locali, al quartiere e al territorio, con l'intento di favorire la rigenerazione urbana e il dialogo interculturale.*

*La presente ricerca prende avvio dalle pratiche progettuali identificate dal team di ricerca del Politecnico di Torino e, in particolare, dal sistema di massima della comunicazione descritto nella dissertazione di dottorato relativa al Centro. A partire dalla definizione di un concept di comunicazione e attraverso la costruzione di un carattere tipografico ad hoc, sono stati sviluppati dei principi per un'identità visiva che integri la cultura visiva islamica con l'eredità tipografica delle Fonderie Nebiolo.*

<b>PARTE 1 - INTRODUZIONE: TEMATICA E OBIETTIVI</b>	
<b>1</b>	<b>Tematica e contesto di ricerca</b> ..... 11
1.1	Un nuovo Centro Culturale Islamico per la città di Torino La ricerca e il contesto di sviluppo ..... 12
1.2	Il progetto scientifico del Politecnico di Torino. L'accordo quadro con la Confederazione Islamica Italiana ..... 14
1.3	Il ruolo dell'Associazione Archivio Tipografico. L'esperienza di tirocinio curricolare ..... 15
1.4	Il sistema metaprogettuale. Analisi e comprensione delle ricerche ..... 16
<b>2</b>	<b>Obiettivi del progetto</b> ..... 27
2.1	Dalle linee guida progettuali e dalla strategia di comunicazione allo sviluppo di elementi di identità visiva ..... 28
<b>PARTE 2 - INDAGINE DI SCENARIO</b>	
<b>3</b>	<b>Il contesto urbano e socioculturale</b> ..... 33
3.1	Panoramica sulle circoscrizioni 6 e 7 di Torino. I processi di rigenerazione urbana e la ridefinizione dell'identità ..... 34
<b>4</b>	<b>Ex-fonderie Nebiolo</b> ..... 47
4.1	Nascita ed evoluzione ..... 48
4.2	Produzione, studio artistico e personalità di spicco ..... 50
4.3	L'eredità tipografica e le associazioni attive nella valorizzazione ..... 51
<b>5</b>	<b>Cultura e comunità islamiche</b> ..... 83
5.1	Il committente: la Confederazione Islamica Italiana ..... 84
5.2	Comunità islamiche a Torino ..... 85
<b>PARTE 3 - IL DESIGN PER L'INTERCULTURA</b>	
<b>6</b>	<b>Progettare la comunicazione per l'intercultura</b> ..... 95
6.1	Centri culturali, centri islamici, moschee, luoghi di culto e relativi ruoli nello sviluppo dei processi urbani ..... 96
<b>7</b>	<b>Casi studio</b> ..... 99
7.1	Progetti di comunicazione rilevanti negli ambiti di interesse ..... 101
7.2	Portali web e fondazioni ..... 117
7.3	Lettura critica, analisi e interpretazione dei casi studio ..... 126
<b>8</b>	<b>Linguaggi visivi nella cultura islamica tra estetica e simbologia</b> ..... 129
8.1	Islam e rappresentazione. Aniconismo: il "divieto" delle immagini ..... 130
8.2	Il colore ..... 130
8.3	L'ornamento e gli elementi decorativi ..... 132
8.4	La calligrafia ..... 134
8.5	La stampa a caratteri mobili ..... 135
<b>PARTE 4 - INTERPRETAZIONE DEL MANUALE DI BRAND POLICY</b>	
<b>9</b>	<b>Dall'interpretazione del manuale di brand policy verso lo sviluppo del concept di comunicazione</b> ..... 169
9.1	Analisi delle utenze e target della comunicazione ..... 170
9.2	Posizionamento, mission, tono di voce ..... 171
9.3	Principi di identità visiva e di naming ..... 173
<b>PARTE 5 - IL PROGETTO</b>	
<b>10</b>	<b>Elementi d'identità visiva del nuovo Centro Culturale Islamico</b> ..... 181
10.1	Definizione del concept di comunicazione ..... 182
10.2	Il naming ..... 183
10.3	Sviluppo di un carattere tipografico personalizzato a supporto dell'identità visiva ..... 184
10.4	Pattern e colori ..... 186
10.5	Tipografia e caratteri ausiliari ..... 188
<b>11</b>	<b>Conclusioni</b> ..... 235

# Parte 1

## Introduzione: tematica e obiettivi

*Nella presente sezione saranno descritti gli aspetti centrali della ricerca-azione condotta dal Politecnico di Torino con particolare attenzione alle condizioni della nascita di un nuovo Centro Culturale Islamico, che avrà sede nell'ex stabilimento delle Fonderie Nebiolo nel quartiere di Aurora a Torino. Verranno riportati ruoli e sfere di competenza dei principali attori che compongono la struttura del progetto. Sarà inoltre data una prima panoramica dei contenuti della dissertazione di dottorato che ha come oggetto il Centro Culturale, che si configura come fonte bibliografica principale del presente lavoro.*

### 1.1 Un nuovo Centro Culturale islamico per la città di Torino. La ricerca e il contesto di sviluppo

La presente tesi si colloca all'interno di un più ampio progetto di ricerca-azione promosso dal Politecnico di Torino in collaborazione con la Confederazione Islamica Italiana. Nel dicembre 2019 si è tenuta un'asta pubblica per la concessione dello storico edificio delle fonderie Nebiolo, che, dopo la chiusura della ditta negli anni Settanta, giaceva in disuso. L'assegnazione dell'ex stabilimento alla Confederazione Islamica Italiana ha dato il via a una collaborazione con il Politecnico di Torino per la rigenerazione dell'edificio e la sua trasformazione in un centro culturale polifunzionale. Il progetto si occupa della gestione di tutti gli aspetti che caratterizzeranno l'istituzione del nuovo Centro, che includerà, oltre a un luogo di culto rivolto alle comunità islamiche, una serie di spazi aperti alla cittadinanza, tra cui uno studentato, una caffetteria, una sala per esposizioni, un'area educativa con una biblioteca e una sala lettura adatta ad accogliere conferenze e convegni.

Ubicato all'incrocio tra corso Novara e via Bologna nel quartiere di Aurora, il Centro si inserirà in un contesto territoriale in rapida evoluzione e rappresenta un ambizioso progetto di grande valore sociale e culturale. L'identità industriale e operaia che ha caratterizzato gran parte della storia del quartiere sta lasciando il posto negli ultimi anni a un tessuto socioculturale variegato che richiede nuovi luoghi d'incontro e spazi comunitari: il nuovo Centro risponde a queste esigenze adattandosi ai cambiamenti, ma rimanendo in continuità con la storia del luogo in cui sorgerà. L'obiettivo è creare spazi di confronto e dialogo tra i cittadini e la città stessa, promuovendo l'incontro e il confronto attivo e dando voce alla ricchezza culturale del territorio attraverso un dialogo attivo con la comunità.

La seguente proposta progettuale si inserisce quindi in un contesto di collaborazione tra diversi enti e associazioni. Il Politecnico di Torino, tramite il team di progetto composto dal Professor Marco Bozzola e la Professoressa Claudia De Giorgi, insieme alla Dottoressa Irene Caputo<sup>1</sup>,

si occupa della pianificazione culturale e funzionale del Centro, affiancato dalla Confederazione Islamica Italiana del Piemonte che svolge un ruolo decisionale e di supervisione, soprattutto per quanto riguarda l'area dedicata al luogo di culto. Lo studio De Ferrari Architetti è responsabile degli aspetti architettonici del progetto, mentre l'Associazione Archivio Tipografico, punto di riferimento per la teoria e la pratica tipografica, è stata scelta come una delle realtà coinvolte nello sviluppo dell'identità visiva, data la sua stretta connessione con le fonderie Nebiolo.

Attraverso questa sinergia tra il mondo accademico, le istituzioni islamiche, gli architetti e gli esperti di tipografia, si mira a creare un Centro Culturale che rappresenti un luogo di dialogo, scambio e valorizzazione della cultura islamica, promuovendo al contempo l'interculturalità e il rispetto delle tradizioni.

<sup>1</sup> Nella presente sezione la maggior parte delle considerazioni scritte provengono dalla lettura e dall'analisi della tesi di dottorato di Irene Caputo dal titolo "Il patrimonio culturale come mezzo di identità e dialogo interculturale futuri scenari e strumenti della ricerca in design: un caso applicativo per lo sviluppo di un nuovo Centro Culturale a Torino".

## 1.2 Il progetto scientifico del Politecnico di Torino. L'accordo quadro con la Confederazione Islamica Italiana

La collaborazione tra il Politecnico di Torino e la Confederazione Islamica Italiana si articola attraverso tre punti chiave che riassumono gli obiettivi e gli orientamenti progettuali. Dopo aver definito i settori di intervento, la fase successiva del progetto scientifico è stata incentrata sull'individuazione dei confini della collaborazione al fine di delineare chiaramente le sfere di competenza.

Di seguito verranno presentate in maniera concisa le tre dimensioni dell'intervento individuate mediante la ricerca condotta dal Politecnico di Torino.

- 1. Collaborare alla costruzione del progetto scientifico dei contenuti e supportare il processo decisionale della Confederazione Islamica. Il processo prevede un'attività di affiancamento nella definizione delle caratteristiche del Centro da un punto di vista tecnico e politico.**
- 2. Esplorare nuove modalità di comunicazione visiva per stimolare lo scambio interculturale e raccontare la storia di questo patrimonio: è stato quindi previsto lo sviluppo di un sistema di comunicazione che sarà il "narratore" del nuovo Centro in termini di identità e dialogo con il territorio, attraverso azioni di comunicazione interna (segnaletica, approcci descrittivi ed espositivi) ed esterna (strategie e azioni di interazione e comunicazione con il pubblico, con le istituzioni e con il territorio).**
- 3. Definizione delle linee guida per le attività che si svolgeranno nel Centro: queste linee guida riguardano alcune indicazioni per la strutturazione di possibili azioni, eventi e attività in genere, che potranno essere sviluppate e messe in atto in collaborazione con realtà esterne.**

Il Politecnico di Torino ha intenzionalmente evitato di concentrare la ricerca sul progetto dell'area di culto, poiché tale approfondimento non risulta compatibile con le sue sfere di competenza progettuali. Un argomento di natura religiosa richiede particolare attenzione alla sensibilità dei fedeli, motivo per cui il progetto dell'area dedicata al luogo di culto è gestito prevalentemente dalla Confederazione Islamica, supportata comunque da considerazioni iniziali condivise.

## 1.3 Il ruolo della Associazione Archivio Tipografico. L'esperienza di tirocinio curricolare

L'Associazione Archivio Tipografico costituisce il principale intermediario per la redazione del presente progetto di tesi. Appare quindi necessario fornire una breve panoramica per comprendere il ruolo e le attività svolte dall'associazione e la sua posizione nello sviluppo di questo progetto. L'Associazione è il contesto in cui ho scelto di svolgere il mio tirocinio curricolare durante il percorso di laurea triennale. In conclusione dell'esperienza di stage, iniziata nel mese di maggio e terminata nell'agosto 2022, ho manifestato l'intenzione di proseguire la collaborazione attraverso lo sviluppo di un progetto di tesi legato alla realtà dell'Associazione. Sulla base del mio interesse per il mondo della tipografia e per la progettazione grafica applicata a contesti sociali, ho accettato la proposta di contribuire al progetto attraverso lo sviluppo di un'identità visiva per il Centro.

L'Archivio Tipografico di Torino<sup>2</sup> rappresenta un ambito collaborativo dedicato allo studio, alla conservazione e alla pratica dell'arte tipografica. La sua missione consiste nel preservare e reinterpretare la tradizione artigiana legata alla composizione mediante caratteri mobili e alla stampa tipografica, comunemente nota come *letterpress*. L'associazione mira a essere un luogo dinamico e attivo, non limitato a uno spazio statico, ma concepito come teatro di progetti al confine tra tradizione e sperimentazione, tra progettazione grafica e arte. Nata nei primi anni 2000 per iniziativa di Emanuele Mensa, la realtà di Archivio si configura inizialmente come collezione di macchine da stampa tipografiche e in seguito si amplia ad archivio di caratteri mobili. Ad oggi conta più di 2400 polizze di caratteri, la maggior parte dei quali disegnati e prodotti proprio dalla Società Nebiolo, futura sede del nuovo Centro Culturale Islamico. Questo legame particolare con le storiche Fonderie Nebiolo rende l'Associazione Archivio Tipografico il contesto ideale per lo sviluppo della parte del progetto relativa all'ideazione e all'implementazione dell'identità visiva del nuovo Centro. L'Archivio Tipografico svolge un ruolo fondamentale nel presen-

<sup>2</sup> Lo statuto completo dell'Associazione è consultabile sul sito, al seguente link: <https://archiviotipografico.it/associazione/en/statute/> (Consultato a gennaio 2023).

te lavoro attraverso il sostegno offerto durante le fasi di ricerca, sviluppo e implementazione degli aspetti grafici. Inoltre, la biblioteca-archivio curata dall'associazione è ricca di materiali storici di rilevante importanza, come libri, campionari e riviste settoriali, creati dalla società Nebiolo lungo tutto il corso della sua attività. Questi strumenti hanno costituito risorse fondamentali per l'analisi e l'approfondimento, nonché per la costruzione della ricerca e dei contenuti visivi del progetto.

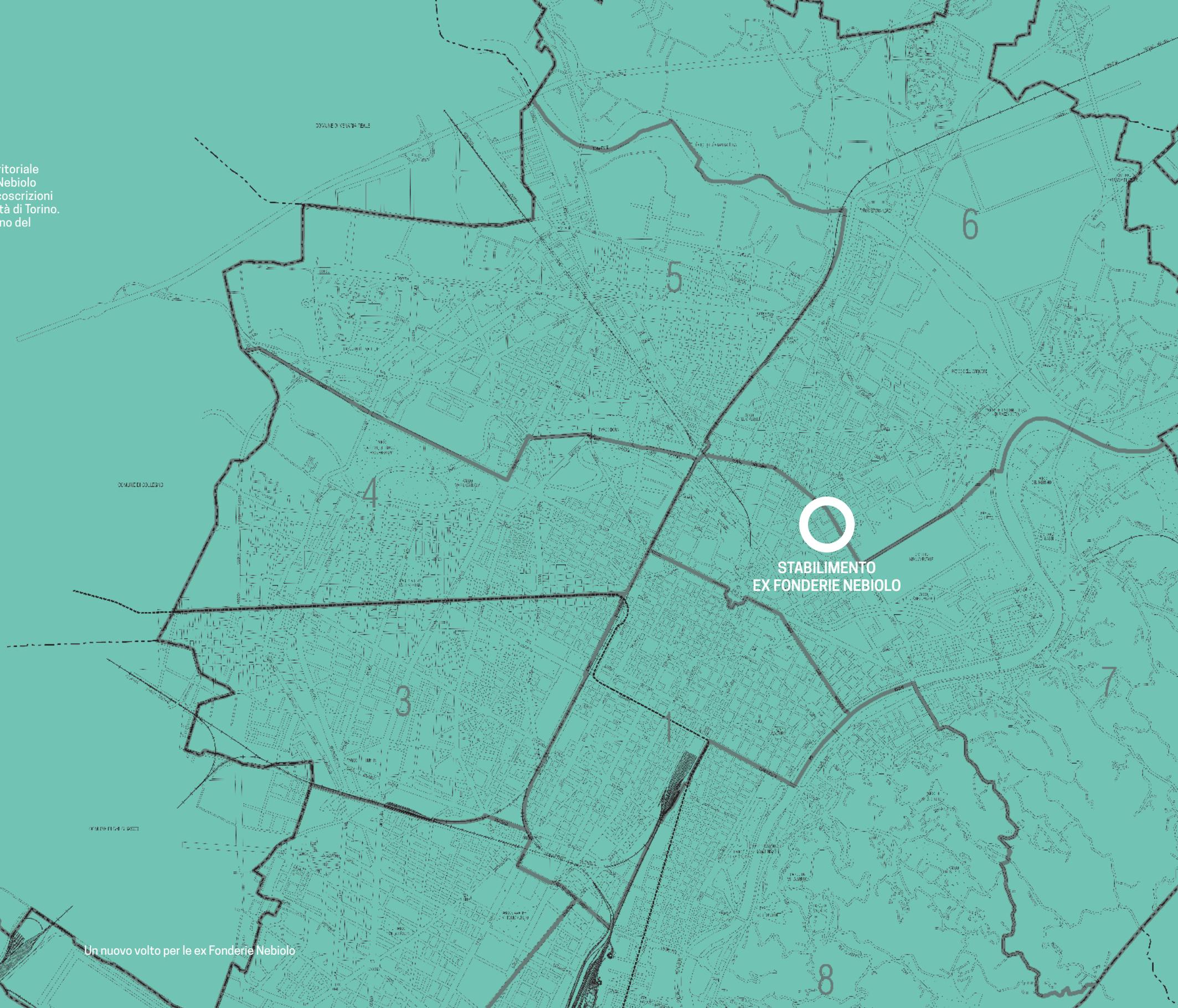
#### **1.4 Il sistema metaprogettuale. Analisi e comprensione delle ricerche**

La presente tesi, che rappresenta il progetto finale del percorso di laurea triennale in Design e Comunicazione, si caratterizza per la sua natura pratica e fortemente operativa. La sua fonte bibliografica principale è la dissertazione di dottorato della dottoressa Irene Caputo, che consiste in un'analisi dei futuri scenari di ricerca nel campo del design come strumento di promozione del patrimonio culturale e del dialogo tra culture. Il presente lavoro va a inserirsi come punto di connessione tra la ricerca di dottorato e il progetto scientifico del Politecnico di Torino e ha l'obiettivo finale di facilitare la generazione e l'implementazione di un'identità visiva per il Centro Culturale.

Prendendo il via da approfondimenti teorici e metodologici sul tema del design per il patrimonio culturale, la ricerca della dottoressa Caputo si concentra sul caso specifico del nuovo Centro Culturale Islamico di Torino, offrendo al presente progetto di tesi un ricco scenario da analizzare per una gestione consapevole del progetto grafico e di comunicazione. Le suggestioni emerse dalla ricerca includono considerazioni socioculturali sulla città di Torino e sulle comunità islamiche che la abitano, analisi degli spazi e delle associazioni territoriali attive e riflessioni sugli elementi identitari più influenti nella storia delle fonderie Nebiolo e nel patrimonio visivo e culturale del mondo islamico. L'ampio insieme di dati, considerazioni e approfondimenti raccolto attraverso la ricerca ha

permesso di delineare un progetto di massima per la comunicazione del Centro, presentato attraverso un manuale di *brand policy*. Il manuale fornisce una sintesi delle considerazioni teoriche applicandole nel campo grafico e comunicativo e rappresenta un documento di valore per la presente tesi. Sulla base di tale sintesi sono state definite le linee guida progettuali per l'implementazione dei principi dell'identità visiva che saranno descritte nel capitolo dedicato.

Inquadramento territoriale dello stabilimento Nebiolo all'interno delle circoscrizioni di Torino. Fonte: Città di Torino. Geoportale e governo del territorio.



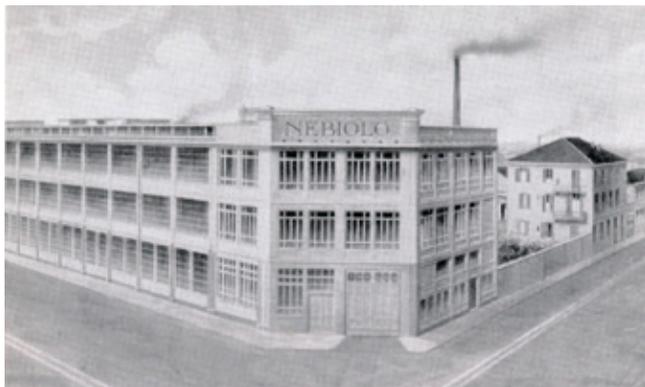


Fig.1 Officine Nebiolo di via Bologna  
angolo via Padova nel 1925.  
Credits: MuseoTorino.

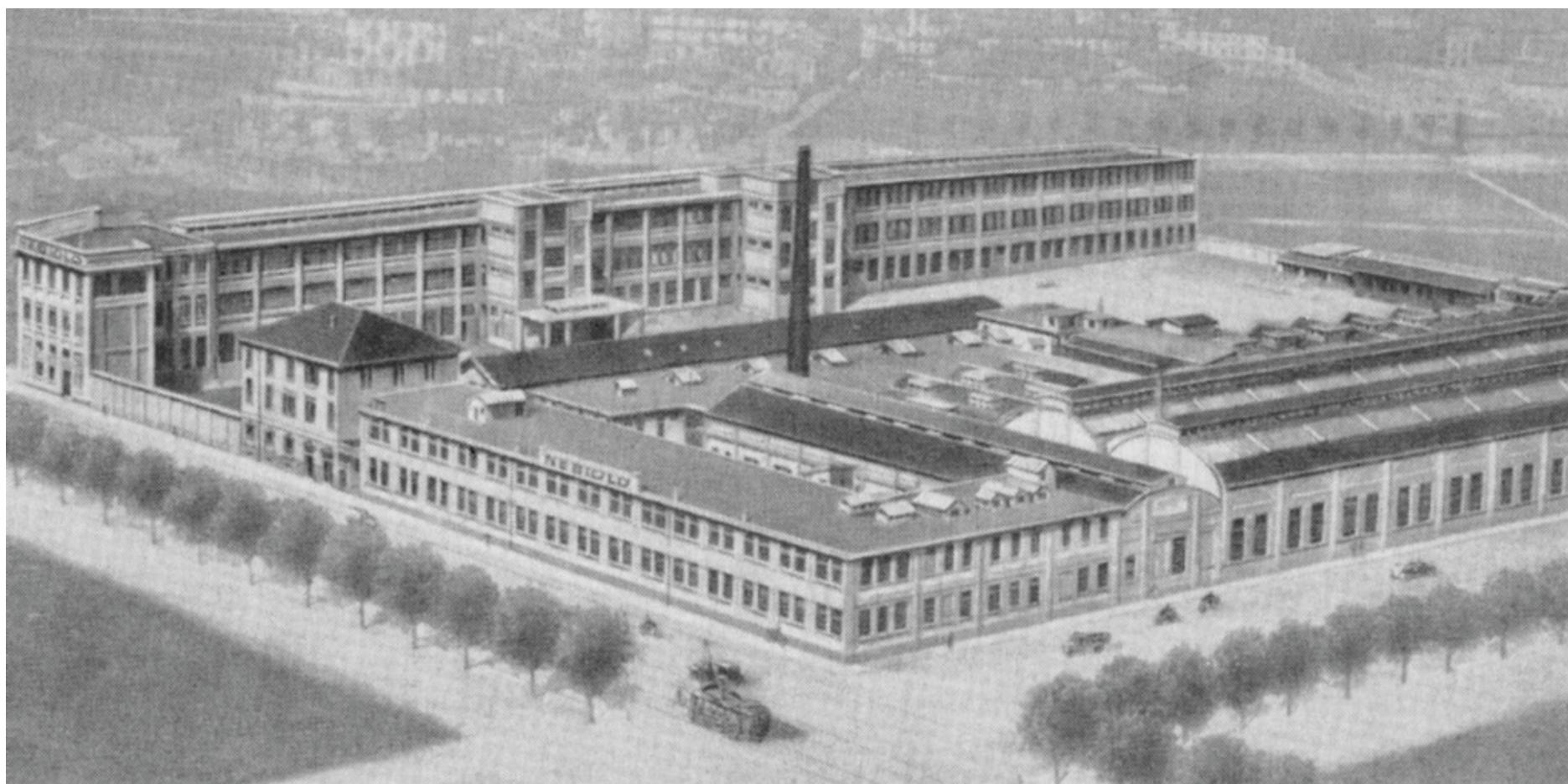


Fig.2 Le Fonderie Subalpine  
di corso Novara nel 1925.  
Credits: MuseoTorino.

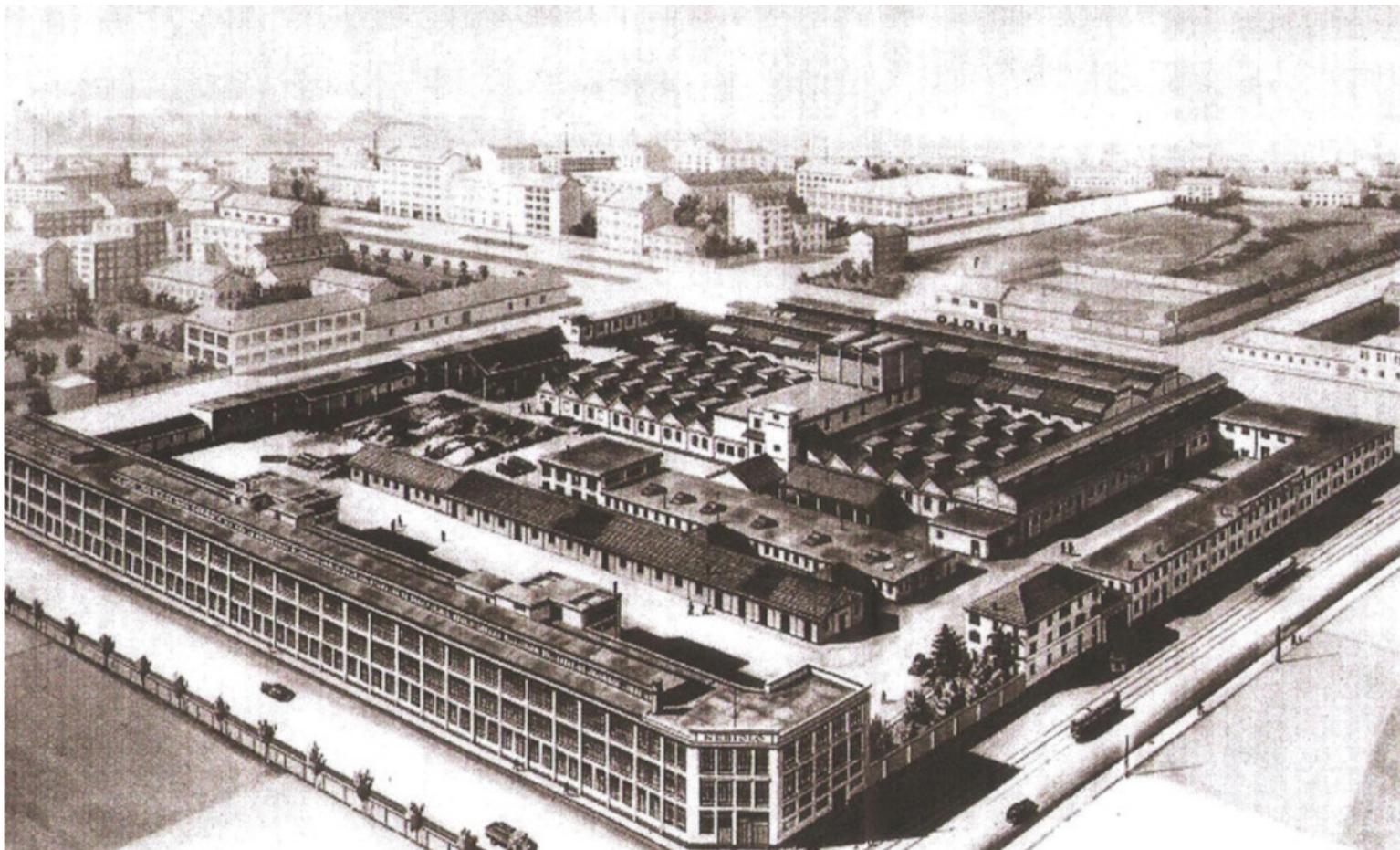


Fig. 3 Isolato fonderie Nebiolo, in produzione. 1947. Credits: Archivio Storico Città Torino.

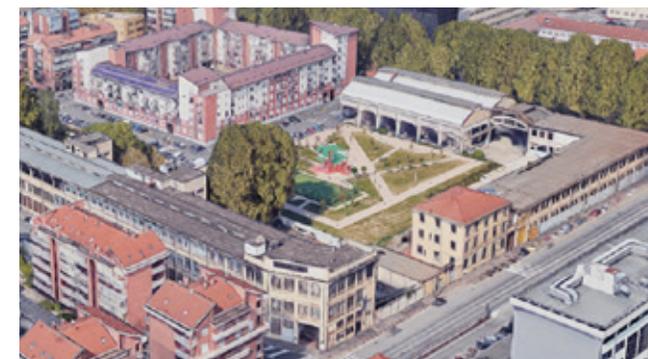


Fig. 4 Zone nord e centrale sostituite da condomini e giardino, manica sudovest ristrutturata per uffici giudiziari, manica sudest dismessa e in attesa di trasformazione. 2018. Credits: Google, Dati cartografici.



Fig.5 Elaborazione digitale dell'edificio del Centro Culturale, corso Novara angolo via Bologna. 2022. Credits: Irene Caputo



Fig.6 Officine Nebiolo di via Bologna angolo corso Novara negli anni Settanta. Credits: Immagini del cambiamento.

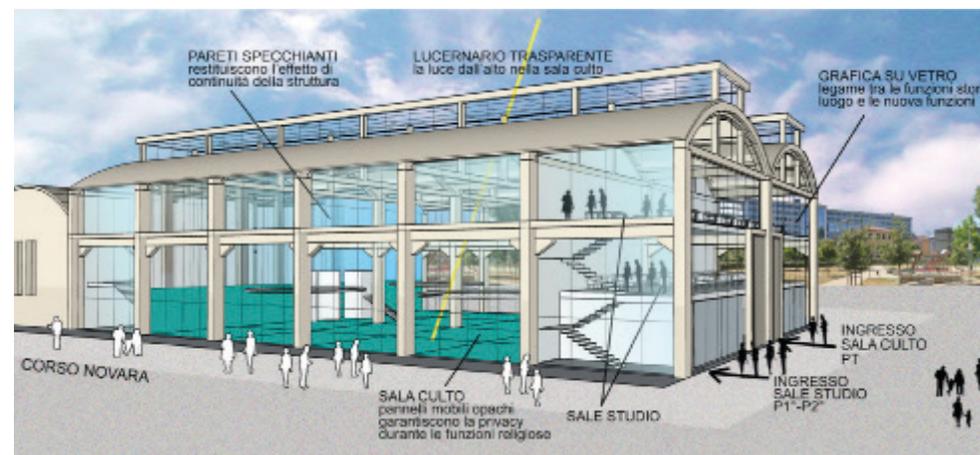


Fig.7 Elaborazione digitale del Centro Islamico. 2022. Credits: Studio de Ferrari Architetti.



Fig.8 Elaborazione digitale del Centro Islamico, corso Novara. 2022. Credits: rielaborazione di Irene Caputo da visualizzazione prodotta dallo Studio De Ferrari Architetti.

2

## Obiettivi del progetto di tesi

## 2.1 Dalle linee guida progettuali e dalla strategia di comunicazione allo sviluppo di principi di identità visiva e applicazione ai supporti di comunicazione

Uno degli obiettivi della collaborazione del Politecnico di Torino con la Confederazione Islamica Italiana del Piemonte è la creazione di un'identità visiva per il nuovo Centro Culturale e per il Centro Islamico. L'identità visiva è parte integrante di un sistema di comunicazione che ha il compito di *“narrare visivamente il legame e le corrispondenze formali e concettuali tra la cultura visiva islamica e la storia tipografica delle fonderie Nebiolo, restituendole attraverso azioni di valorizzazione tangibili”* (Caputo, 2023).

Nello specifico, l'obiettivo del presente progetto di tesi è la definizione di alcuni principi che forniscano una base solida per lo sviluppo di un'identità visiva per il nuovo Centro Culturale.

Dal punto di vista metodologico, sono state identificate quattro fasi per il conseguimento degli obiettivi sopra citati:

1. **Analisi della ricerca scientifica del Politecnico di Torino per la gestione del progetto del Centro Culturale.**
2. **Interpretazione del sistema metaprogettuale della comunicazione delineato nella tesi di dottorato.**
3. **Definizione di un concept di comunicazione capace di generare linee guida per l'identità visiva**
4. **Traduzione del concept in un sistema di identità visiva adattabile a soluzioni grafiche, fisiche e digitali.**

Questo processo metodologico mira a garantire una progettazione strategica e coesa dell'identità visiva del Centro Culturale, che favorisca una rappresentazione visiva accurata dei valori e delle finalità dell'istituzione creando un'esperienza visiva coinvolgente per gli utenti e promuovendo l'integrazione dell'ente nella comunità territoriale.

**“Narrare visivamente il legame e le corrispondenze formali e concettuali tra la cultura visiva islamica e la storia tipografica delle fonderie Nebiolo, restituendole attraverso azioni di valorizzazione tangibili”**

# Parte 2

# Indagine di scenario

# 3

## Il contesto urbano e socioculturale

*Questa sezione presenta una breve ricapitolazione delle considerazioni emerse dalla ricerca del progetto scientifico del Politecnico di Torino nell'ambito dell'analisi demografica e socioculturale della città e, in particolare, delle circoscrizioni 6 e 7 della città di Torino, le zone limitrofe alla futura sede del Centro. In particolare, gli aspetti su cui la ricerca ha indagato maggiormente sono quelli della ridefinizione dell'identità dei quartieri e i relativi processi di rigenerazione urbana.*

### 3.1 Panoramica sulle circoscrizioni 6 e 7 di Torino. I processi di rigenerazione urbana e la ridefinizione dell'identità

Il percorso di ricerca condotto dal Politecnico di Torino include un'analisi approfondita del contesto socioculturale della zona in esame, che presenta delle peculiarità di cui è necessario tenere conto nello sviluppo di un progetto che ben si integri nella comunità ospitante. È stata quindi dedicata particolare attenzione ai quartieri Aurora e Barriera di Milano, situati nelle circoscrizioni 6 e 7 della città e limitrofi alla futura sede del Centro. Questa sezione della ricerca ha anche esaminato dettagliatamente i dati demografici e statistici relativi agli abitanti con *background* migratorio<sup>3</sup>, rivelando l'importanza di considerare la molteplicità di variabili socioculturali in gioco per la definizione di un intervento progettuale coerente e rispettoso.

A partire da uno studio dello sviluppo della zona, profondamente interconnesso con la storia industriale della città di Torino, sono stati analizzati i processi che hanno contribuito a definire l'identità di Aurora e Barriera di Milano di "quartieri operai" e che hanno generato al tempo stesso fenomeni di coesione sociale e realtà di degrado abitativo.

Il quartiere sta vivendo negli ultimi anni profonde trasformazioni che generano nuovi equilibri, ma anche nuove sfide e potenziali difficoltà. In questo contesto si delinea l'utilità di interventi da parte delle istituzioni e delle diverse realtà culturali che si adattino a tali cambiamenti rendendoli occasione di arricchimento e inclusione sociale in linea con questi processi di rigenerazione urbana.

Il concetto di rigenerazione urbana - ad oggi molto presente nel dibattito pubblico - indica *"l'insieme delle trasformazioni subite dal tessuto consolidato delle città contemporanee, e in particolare dalle loro aree più fragili, caratterizzate da più o meno gravi situazioni di decadimento fisico e sociale"* (Bonini Baraldi et al., 2021). Dall'analisi di questi fenomeni in atto nei quartieri di Aurora e Barriera di Milano sono state sviluppate alcune considerazioni significative riguardo possibili influenze

sul progetto. Innanzitutto, si evidenzia la necessità di un confronto tra la popolazione estremamente multiculturale che anima l'area e il passato industriale del quartiere, la cui memoria sta rapidamente scomparendo con la demolizione degli edifici produttivi ormai abbandonati. Con il modificarsi del tessuto sociale assume un'importanza ancora maggiore fornire luoghi di incontro e scambio che siano tesi da una parte alla conservazione della memoria collettiva e dall'altra al suo arricchimento grazie all'aggiungersi di nuove storie e tradizioni, in un clima di partecipazione sociale e pluralità della narrazione.

La creazione di un nuovo Centro Culturale all'interno dell'edificio che un tempo ospitava le fonderie Nebiolo rappresenta un esempio della trasformazione di luoghi emblematici per la memoria storica del quartiere in occasioni di incontro, attraverso la riappropriazione degli spazi urbani da parte della comunità e delle sue diverse realtà culturali. Attraverso la creazione di spazi aperti, la valorizzazione delle identità e la promozione di attività artistiche e formative si mira a costruire un tessuto urbano più vitale e resiliente.

<sup>3</sup> Per approfondimenti riguardanti le fonti dei dati demografici si rimanda al documento della dissertazione di dottorato di Irene Caputo.

Fig. 9 Operai in sciopero di fronte alla Nebiolo. 1950. Credits: Fondazione Istituto Piemontese Antonio Gramsci - Archivio storico.



Fig. 10 Uffici giudiziari, a destra manica dismessa. 2020. Credits: Immagini del cambiamento (Luca Davico).



Fig. 11 Area Enel (già Società Anonima Elettricità Alta Italia e Società Idroelettrica Piemontese), con edificio uffici su corso Brescia (costruito negli anni '40 del '900). 2009. Credits: Immagini del cambiamento (Paolo Arlandi).



Fig. 12 "Nuvola", sede aziendale della Lavazza. 2022. Credits: Immagini del cambiamento (Ruben D'Aniello).



Fig.13 Fonderie Ghisa Fiat in via Cuneo angolo via Alba (negli anni Trenta via inglobata nello stabilimento). Credits: Archivio Storico Fiat.

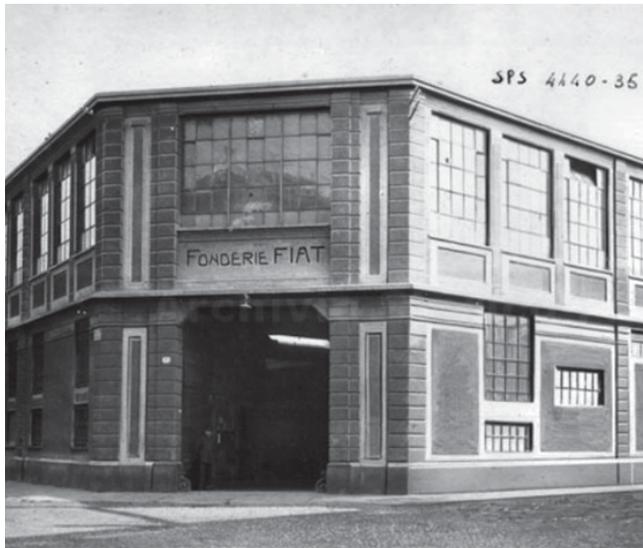


Fig.15 Fiat Grandi Motori (vista verso est). Circa anni Settanta. Credits: Archivio Storico Fiat.



Fig.14 Area abbandonata. 2021. Credits: Immagini del Cambiamento (Daniele Viarengo).



Fig.16 Edificio abbandonato e in gran parte demolito. 2015. Credits: Immagini del cambiamento (Daniele Viarengo).



Fig.17 Fiat Grandi Motori, già Fiat San Giorgio. 1997. Credits: Immagini del cambiamento (Cristina Godone).



Fig.18 Edificio abbandonato e in gran parte demolito. 2015. Credits: Immagini del cambiamento (Gianluca Beltran Komin).



Fig.19 Ex Granaglia Officine Meccaniche. Anni Settanta. Credits: Archivio Storico Città Torino.



Fig.20 Edifici residenziali. 2015. Credits: Immagini del Cambiamento (Luca Davico).



Fig. 21 "Trenino del gas" che trasporta carbone per il gasometro di lungo Dora. 1958. Credits: Archivio Storico Città Torino.



Fig. 22 Smantellamento binari con conseguente realizzazione di parcheggi. 2015. Fonte: Immagini del cambiamento (Gianluca Beltram Komin).



Fig. 23 Legnami Fautrero. 1950 circa. Credits: Edizioni del Capricorno.

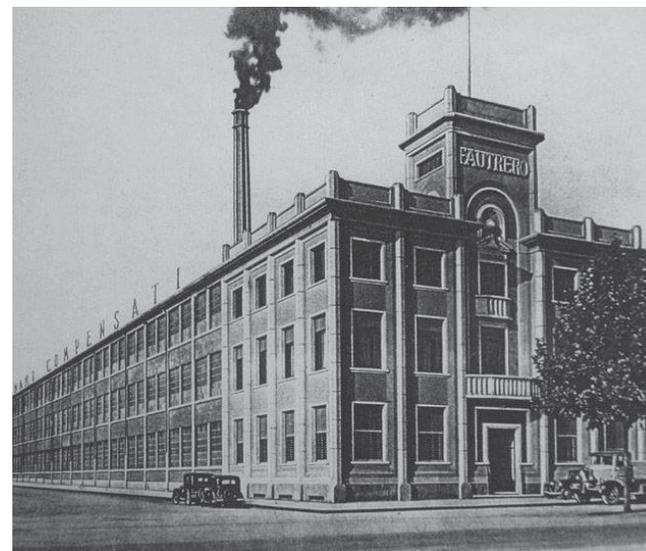


Fig. 24 Edificio ristrutturato e attualmente abbandonato. 2015. Credits: Immagini del cambiamento (Luca Davico).





Fig.25 Area Fiat Grandi Motori (vista da nord-est). Anni Sessanta. Credits: CDS 5.



Fig.26 Edifici abbattuti o abbandonati, vuoto urbano. 2017. Credits: Google, Data SIO, NOAA, US Navy, GEBCO, Landsat/Copernicus.

*Il compito di questa sezione sarà fornire una comprensione di base della storia e delle evoluzioni della società Nebiolo, dalla sua nascita fino alle cause che ne hanno comportato la chiusura. La sezione analizza, oltre che le capacità imprenditoriali dell'azienda, la sua ricca produzione creativa in campo tipografico, citando i progetti di maggiore successo e le figure che più ne hanno influenzato la riuscita. Inoltre, verranno portati all'attenzione tre esempi di realtà che, attraverso metodi di lavoro differenti, contribuiscono alla valorizzazione e alla promozione dell'eredità tipografica delle Fonderie Nebiolo.*

#### 4.1 Nascita ed evoluzione

La storia della società Nebiolo inizia nel 1878 con l'acquisto da parte dell'imprenditore Giovanni Nebiolo della piccola fonderia di caratteri tipografici Narizzano. Nel 1880 l'azienda vede la sua nascita ufficiale come società "per l'esercizio di una fonderia di caratteri tipografici a stereotipia". Con la partecipazione di nuovi soci al progetto nel 1888, l'azienda amplia la sua attività alla produzione di macchine da stampa. Alla fine del XIX secolo, il mercato tipografico si stava spostando dalle piccole realtà artigianali alle grandi aziende straniere, che offrivano una migliore qualità tecnica. Le importanti tipografie italiane acquistavano caratteri e macchine da queste aziende estere per svolgere la propria attività. Giovanni Nebiolo fu in grado in breve tempo di trasformare la società Nebiolo nella più importante industria nazionale del settore, ridando alla tipografia italiana un ruolo centrale nel panorama internazionale. Grazie agli accordi con i mercati esteri, la Nebiolo iniziò presto a espandersi a livello internazionale, competendo con le più prestigiose fonderie del mondo e vendendo i suoi caratteri e le sue macchine in trentaquattro paesi. Dopo l'accordo del 1918 con la concorrente milanese Urania che aveva dato vita alla "Società Augusta Torino", le due compagnie si fondono e nasce la rinominata "Società Anonima Nebiolo". L'unione delle due aziende permette la fondazione di altri tre stabilimenti sul territorio torinese e un ulteriore aumento delle esportazioni che continua nonostante il periodo di forte agitazione operaia degli anni Venti. Il 1925 rappresenta l'apice dell'attività della fonderia, che effettuava a quel punto il 50% delle vendite all'estero e aveva magazzini in Italia, Francia, Stati Uniti, Brasile, Perù, Colombia e Cuba. A partire dal 1926, le vendite subirono una diminuzione a causa delle politiche del regime fascista e delle restrizioni imposte alle stamperie. Tuttavia, ancora nel 1929, la Nebiolo riuscì a incrementare le esportazioni, arrivando infine a coprire il 75% delle vendite verso il mercato estero. Questa crescita fu bruscamente interrotta dalla crisi economica del 1930, aggravata dalla decisione di molti

paesi di limitare o vietare l'importazione di prodotti esteri (Tomatis, 2017). La Nebiolo, come molte altre imprese, subì gli effetti devastanti della crisi economica mondiale degli anni Trenta. L'azienda vivrà un momento di rilancio dell'attività sul mercato estero solo nel dopoguerra, fino ad arrivare ad un notevole sviluppo tra gli anni Cinquanta e Sessanta, dovuto a un'intensificazione della produzione creativa e all'affinamento del comparto comunicativo dei suoi prodotti.

Nonostante gli sforzi per mantenere la propria posizione nel mercato internazionale, l'azienda dovette affrontare una serie di sfide e restrizioni commerciali che ebbero un impatto significativo sulle sue attività. Negli anni settanta le attività della Nebiolo iniziarono a calare, anche a seguito delle difficoltà legate alle rapide evoluzioni tecnologiche in campo tipografico. Nel 1982 venne definita la chiusura definitiva dello stabilimento di via Bologna.

Malgrado le numerose oscillazioni dell'andamento commerciale della società, la sua storia ne testimonia la rilevanza nel settore tipografico italiano e il suo contributo alla diffusione e alla produzione di caratteri e macchine da stampa di qualità in tutto il mondo.

#### 4.2 Produzione, studio artistico e personalità di spicco

Un momento chiave della storia delle fonderie Nebiolo riguarda la nascita dello studio artistico, voluto da Raffaello Bertieri. Originariamente, la società produceva soltanto materiale per il mestiere tipografico, come macchine, componenti, strumenti e equipaggiamenti di vario tipo. Prima della metà degli anni '20 non commercializzavano caratteri tipografici di loro invenzione. Gli unici caratteri presenti in catalogo erano progettati da altre fonderie, prodotti, impacchettati e rivenduti sul mercato.

Nel 1933, uno dei periodi più difficili della compagnia, nasce all'interno dell'azienda un reparto creativo che verrà attraversato e diretto dalle alcune personalità più influenti del panorama del disegno tipografico italiano. Questa data segna un importante punto di svolta non solo per l'attività della Nebiolo, ma per l'intero panorama tipografico internazionale. Da quel momento è possibile iniziare ad analizzare non solo la dimensione imprenditoriale dell'azienda, ma anche la sua produzione creativa. Grazie allo studio artistico la Nebiolo comincia a essere capace di gestire ogni aspetto del processo di produzione del carattere tipografico, dal disegno fino alla sua comunicazione al pubblico.

Una delle anticipazioni della nascita dello studio artistico è stata l'introduzione della rivista "ArchivioTipografico", progettata e stampata internamente, con lo scopo di presentare al pubblico i nuovi caratteri tipografici che venivano introdotti in catalogo. La rivista venne pubblicata dal 1889 al 1933 e fu inizialmente diretta da Dalmazio Gianolio.

Dopo la prima direzione di Giulio da Milano, incaricato per due anni alla direzione del compartimento, lo studio artistico viene affidato ad Alessandro Butti affiancato dal suo apprendista Aldo Novarese. Dal 1952 Sotto la direzione di quest'ultimo, vengono prodotti alcuni dei più iconici caratteri della fonderia, come Recta, Eurostile e Stop. Più tardi, tra gli anni 50 e 60, nascono il Forma e il Dattilo, creati dalla collaborazione di alcuni dei più grandi designer dell'epoca, guidati dalla direzione di Novarese attraverso un percorso di direzione artisti-

ca eccezionale e ampiamente documentato, da cui è possibile percepire la complessità del progetto di un carattere tipografico, dall'ideazione alla comunicazione (Tomatis, 2017).

#### 4.3 L'eredità tipografica e le associazioni attive nella valorizzazione

Nonostante la chiusura delle Fonderie Nebiolo, l'eredità tipografica dell'azienda vive ancora oggi attraverso i caratteri tipografici originali che sono stati preservati e digitalizzati. Questi caratteri continuano a essere utilizzati da designer, tipografi e studiosi di tutto il mondo, mantenendo viva l'influenza e l'estetica delle Fonderie Nebiolo nella pratica del design tipografico contemporaneo. Il lascito della produzione delle Fonderie Nebiolo rappresenta una testimonianza preziosa della tradizione tipografica italiana e del loro contributo allo sviluppo della comunicazione visiva. I caratteri tipografici prodotti dalla società Nebiolo continuano ad ispirare e ad essere apprezzati per la loro qualità estetica e tecnica, affermando l'importanza di questa eredità nel panorama del *type design* internazionale.

In questa sezione si intende presentare alcune realtà che, attraverso differenti approcci e metodologie di lavoro, si dedicano alla diffusione e alla valorizzazione della storia delle Fonderie Nebiolo. Tra le numerose realtà esistenti, si è scelto di evidenziare tre esempi che, da prospettive differenti, intraprendono azioni e progetti volti a promuovere e preservare l'eredità industriale e visiva del mondo delle Fonderie Nebiolo.

**Associazione Archivio Tipografico:** L'Associazione, come già esplicitato nei capitoli precedenti, ha un legame intrinseco con la storia delle Fonderie Nebiolo. La sua natura di "associazione culturale" specializzata nell'archiviazione di materiali tipografici le consente di operare in diversi ambiti per valorizzare tale eredità. La tipografia possiede una vasta collezione di caratteri tipografici disegnati e prodotti proprio dall'azienda torinese, i quali vengono abilmente impiegati in progetti contemporanei utilizzando tecniche e macchinari risalenti al periodo d'oro della stampa a caratteri mobili. L'associazione ha inoltre sviluppato dei revival di caratteri tipografici Nebiolo, adattandoli all'uso digitale e web. Nel corso degli anni, ha realizzato progetti editoriali volti a far rivivere la storia della Nebiolo, tra cui riedizioni di titoli storici come "Alfa-Beta. Lo Studio e il Disegno del Carattere" di Aldo Novarese, pubblicato per la prima volta nel 1964. Tali iniziative contribuiscono a mantenere viva l'eredità della Fonderia Nebiolo e a diffonderne la conoscenza presso il pubblico contemporaneo.

**Nebiolo History Project:** un team di ricerca istituito da Marta Bernstein, James Clough, Alessandro Colizzi, Riccardo De Franceschi, Massimo Gonzato e Riccardo Olocco per indagare le prove archivistiche e la storia orale della più rinomata fonderia di caratteri tipografici italiana. Il gruppo adotta un approccio accademico e collabora con istituzioni universitarie come il Politecnico di Milano e il Politecnico di Torino. Inoltre, il team organizza importanti conferenze per condividere le proprie ricerche, che coprono tutti gli aspetti delle fonderie Nebiolo: dalle questioni operaie alla direzione creativa.<sup>4</sup>

**Tallone Editore:** Le edizioni Tallone rappresentano l'eccellenza nell'ambito dell'editoria di pregio e della ricerca estetica nel campo del libro. L'atelier tipografico della Casa editrice è uno dei più antichi e prestigiosi al mondo, operante da tre secoli e guidato da undici generazioni di editori.<sup>5</sup> L'editore si propone di creare un proficuo connubio tra etica ed estetica nelle proprie edizioni: la correttezza filologica e il design del libro si fondono per trasmettere al lettore lo spirito del testo nel modo migliore. Tallone possiede una vasta collezione di caratteri Nebiolo e ha realizzato edizioni di pregio incentrate sulla produzione creativa di alcuni dei direttori dello studio artistico.

<sup>4</sup> Maggiori informazioni su Nebiolo History Project sono disponibili sul sito, al seguente link: <http://nebiolohistory.org/about/> (Consultato ad aprile 2023).

<sup>5</sup> Un catalogo dettagliato della collezione Tallone è disponibile al seguente link: <https://www.archiveofstyles.com/> (Consultato ad aprile 2023).



Fig. 27 Storia della Nebiolo.  
Estratto da un numero della  
rivista Archivio Tipografico. 1930.  
Credits: Gaetano Donato.



Fig. 28 Stabilimento Nebiolo & Comp.  
Corso Palermo 3. Torino. 1898.  
Credits: Gaetano Donato



Fig. 29 Cartolina pubblicitaria  
della Nebiolo & Comp. Primi del  
Novecento. Credits: Gaetano  
Donato.



Fig.30 Inaugurazione dello stabilimento Fonderia Caratteri di via Bologna. (Foto di Francesca Aurelia Marianelli, sezione caratteri). Credits: Gaetano Donato.



Fig.31 Fonderia Caratteri. 1926. Credits: Gaetano Donato

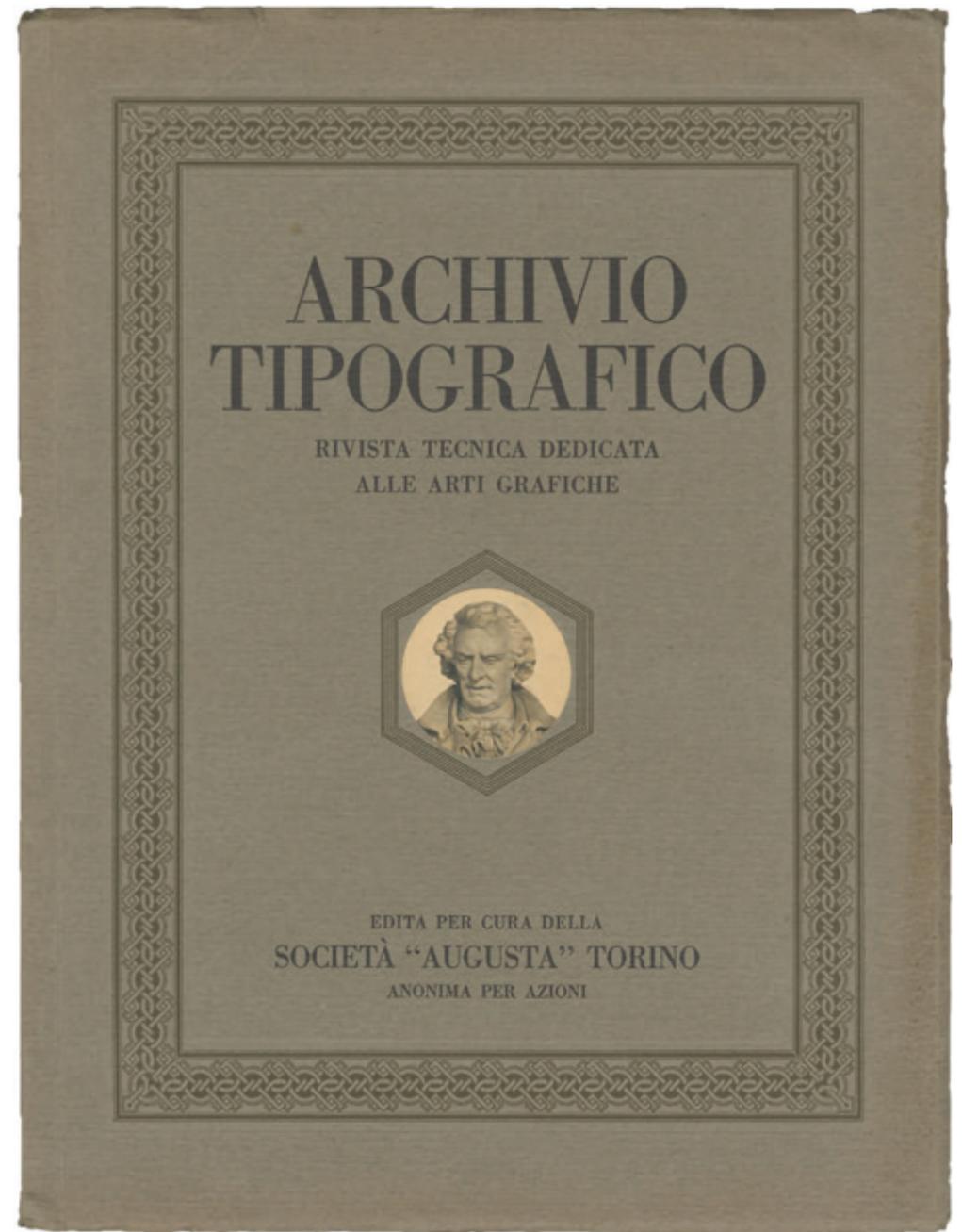
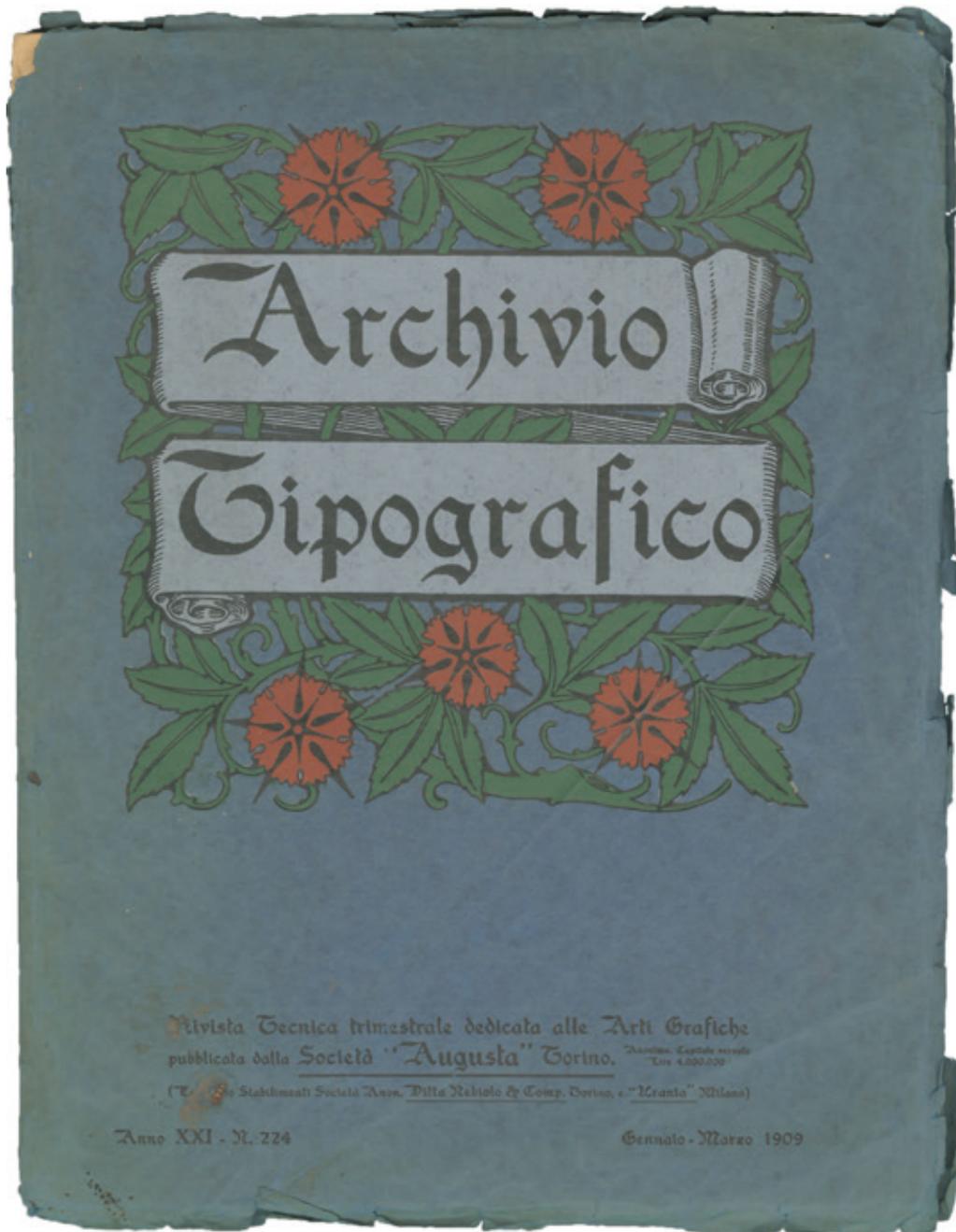


Fig. 32 Copertine di due numeri di Archivio Tipografico. A sinistra Gennaio-Marzo 1909 e a destra Aprile-Settembre 1913 (numero speciale per il centenario dalla morte di Giambattista Bodoni). Credits: Dan Reynolds.



Fig.33 Pagine di Archivio Tipografico con iniziali Nebiolo, serie 15. 1889. Credits: Alessandro Colizzi.

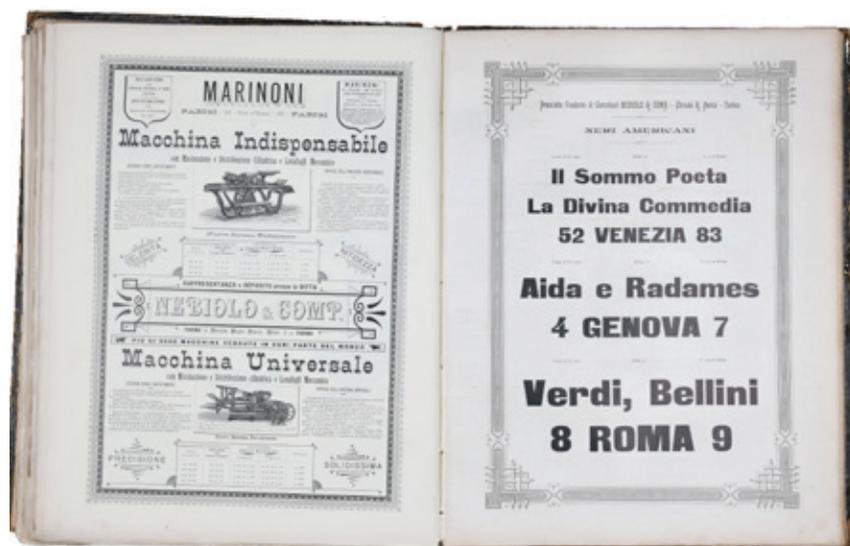


Fig.34 Pagine di Archivio Tipografico che mostra tre pesi del carattere Neri Americani, probabilmente importato da una fonderia tedesca. 1890. Credits: Alessandro Colizzi.

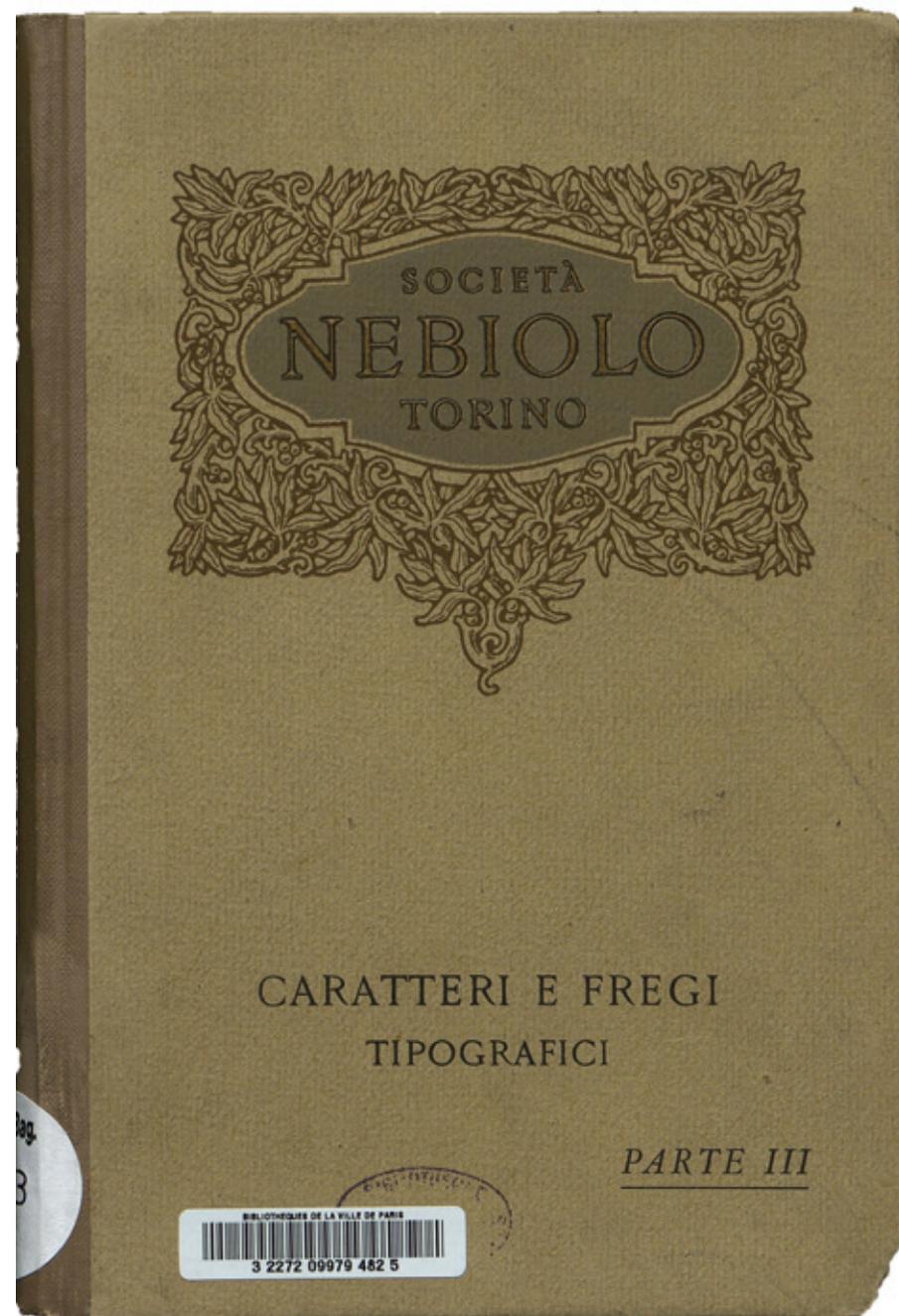


Fig.35 Copertina di campionario caratteri e fregi tipografici Società Nebiolo Torino, parte III. 1928. Credits: Biblioteques de la Ville De Paris.

Fig. 36 Tracciamento dei profili di una lettera di Garaldus corsivo allo Studio Artistico Nebiolo. 1955. Credits: Bruno Garavoglia.



Fig. 37 Definizione dei profili con l'inchiostro a tempera. Anni Sessanta. Credits: Bruno Garavoglia.



Fig. 38 Fase di accostamento manuale di ciascuna lettera fotografata per verificare gli avvicinamenti. Credits: Bruno Garavoglia.



Fig. 39 Il capo-incisore Molinaro verifica la precisione della matrice incisa, attraverso un apparecchio di ingrandimento. Credits: Bruno Garavoglia.





Fig. 40 Compilazione delle polizze.  
Credits: Bruno Garavoglia.



Fig. 41 Magazzino spedizioni.  
I caratteri sono pronti per raggiungere le cassette dei tipografi sparsi nel mondo.  
Credits: Bruno Garavoglia.



Fig. 42 Lo Studio Artistico Nebiolo. Anni Trenta. Credits: CAST.

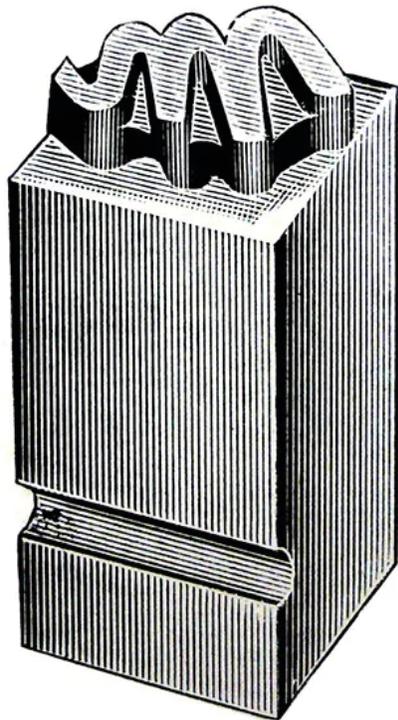


Fig. 43 Illustrazione di carattere mobile. "M" Veltro serie Nera. Credits: CAST. Fonte: Graphicus N°7, luglio 1941.



Fig. 44 Pagina di campionario carattere Semplicità. Disegnato da Giulio Da Milano. 1928. Credits: Luc Devroye.

Fig. 45 Pagina di campionario carattere Neon. Disegnato da Giulio Da Milano. 1935. Credits: Tipoteca Italiana.





Fig. 46 Pagina di campionario carattere Fregio Razionale, disegnato da Giulio Da Milano. 1935. Credits: Luc Devroye.

Fig. 47 Carattere mobile "R" Fregio Razionale. Credits: Tipoteca Italiana.





Fig. 48 Caratteri mobili in piombo  
Fregio Mecano. Anni Venti.  
Credits: Anonima Impresori.

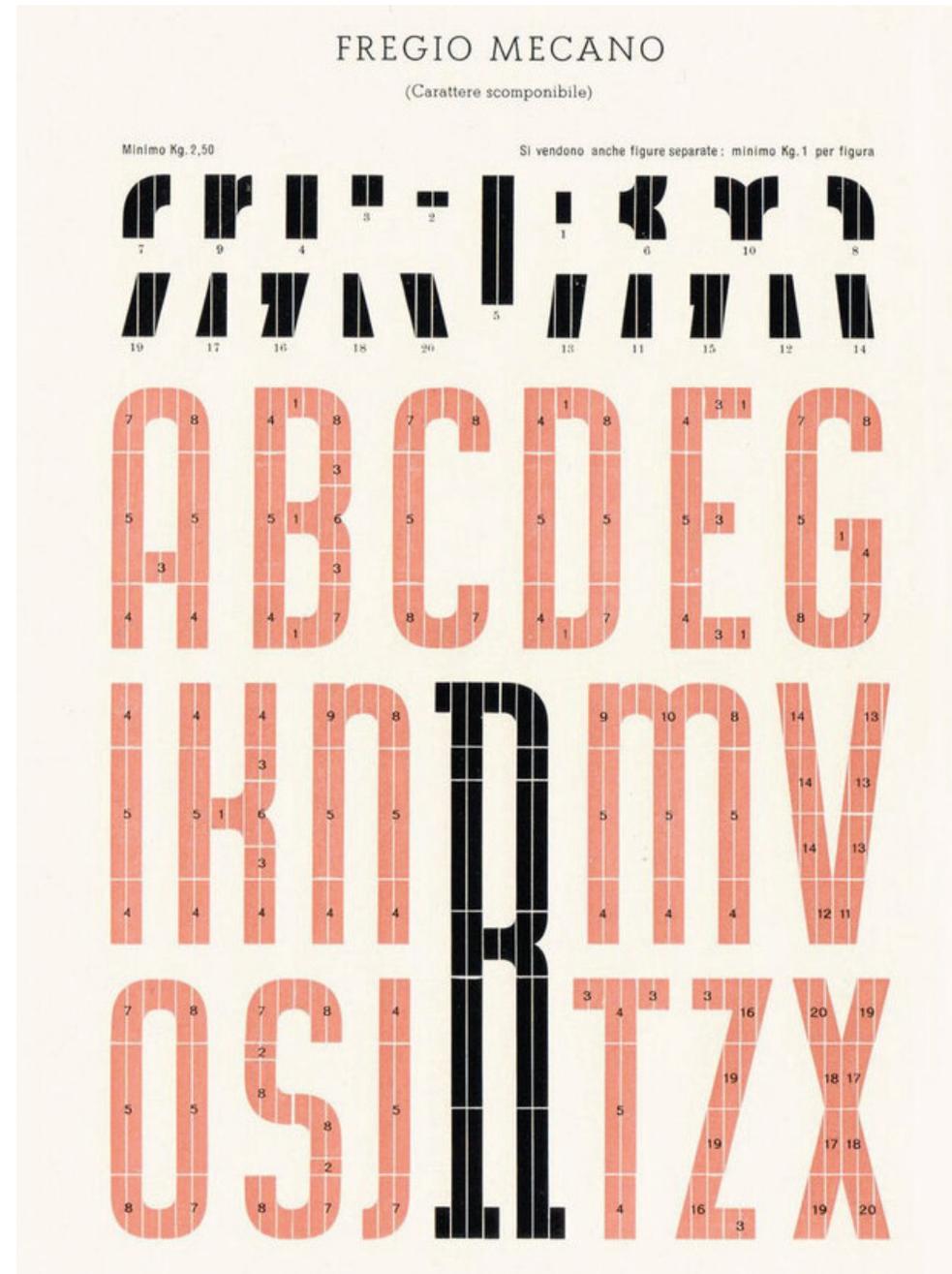


Fig. 49 Pagina di campionario  
carattere Fregio Mecano.  
Anni Venti. Credits: Luc Devroye.



Fig. 60 Studio Artistico Nebiolo  
sotto la direzione di Aldo Novarese.  
Anni Cinquanta.  
Credits: Gaetano Donato.



Fig. 51 Pagine di campionario carattere Augustea. Disegnato da Alessandro Butti. 1951. Credits: Archivio Tipografico.



Fig. 52 Pagina pubblicitaria carattere Eurostile. Disegnato da Aldo Novarese. 1962. Credits: Archivio Tipografico.

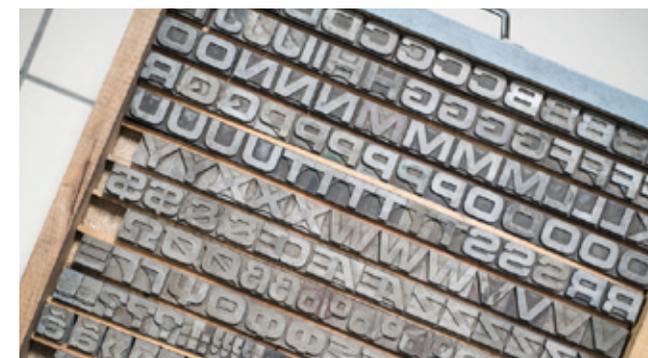


Fig. 53 Cassetto di caratteri mobili Microgramma 72 punti, serie Nera Larga. Credits: Archivio Tipografico.



Fig. 54 Caratteri mobili in piombo carattere Stop, disegnato nel 1970 da Aldo Novarese. Credits: Tipoteca Italiana.



Fig. 55 Pagina pubblicitaria per carattere Stop. Aldo Novarese, 1970. Credits: Tipoteca Italiana.



Fig.56 Un incontro del gruppo di ricerca per la progettazione del carattere Forma. 1967. In senso orario: Maria Grazia Schenone, Till Neuburg, Pino Tovaglia, Franco Grignani, Aldo Novarese, Giancarlo Iliprandi, Ilio Negri, Luigi Oriani, Franco Camera. Fonte: Qui Nebiolo 10 (1969).



Fig.57 Il gruppo di ricerca in un fumetto di Giorgio Cavallo. Fonte: Qui Nebiolo 10 (1969).



# 5

## Cultura e comunità islamiche

*Nel seguente capitolo verrà presentata la Confederazione Islamica Italiana del Piemonte, che rappresenta la committenza del progetto. Saranno riportati i principali obiettivi dell'ente e i loro principali interessi nella riuscita del progetto. Saranno inoltre citati alcuni approfondimenti della ricerca del Politecnico di Torino che riguardano la presenza musulmana sul territorio, nonché i ruoli e l'importanza delle associazioni di Torino attive nei confronti delle comunità con background migratorio.*

## 5.1 Il committente: la Confederazione Islamica Italiana

La Confederazione Islamica Italiana del Piemonte è una delle principali realtà territoriali che svolgono attività culturali e sociali nell'interesse delle comunità islamiche ed è committente dello sviluppo del progetto del Centro Culturale. Essa è una ramificazione regionale di un'organizzazione internazionale (CII) che riunisce diverse realtà islamiche italiane. Il suo obiettivo principale è la promozione del dialogo interreligioso come strumento fondamentale di integrazione tra persone di ogni fede. Tra le sue finalità vi sono "l'ampliamento delle aree di cooperazione con le istituzioni, il rafforzamento dei legami di fraternità nella società italiana e l'apertura verso l'Europa e i popoli del Mediterraneo e delle altre regioni".<sup>6</sup>

A tal proposito il Centro Islamico svolge un importante ruolo di "luogo-identità" grazie alla sua funzione sociale e di accoglienza delle comunità musulmane presenti sul territorio, creando opportunità di interazione con il contesto cittadino.

Durante le ricerche svolte nell'ambito del progetto scientifico del Politecnico di Torino, grazie all'avvio del dialogo con la Confederazione, sono emerse due principali peculiarità che hanno contribuito a influenzare lo scenario progettuale del Centro. La prima caratteristica riguarda il ruolo che la componente più giovane della Confederazione svolge all'interno del processo decisionale del progetto. Quella giovanile è proprio la sezione della Confederazione che ha finora portato avanti il progetto, contribuendo a portare alla luce un interessante aspetto: la loro identità culturale "ibrida" in quanto giovani di seconda generazione, cioè nati o cresciuti in Italia. Ciò comporta, come evidenziato dalla ricerca del Politecnico di Torino, "delle evidenti ricadute in termini di visione e approccio interculturale, generate da un connubio tra i percorsi formativi e relazionali personali e la sfera di influenza culturale e familiare" (Caputo, 2023). Il secondo aspetto è collegato al legame privilegiato della Confederazione con il Marocco, conseguenza della numerosità demografica della comunità marocchina in Italia. Ciò comporta un elevato interesse economico e

<sup>6</sup> Estratto dalla pagina web che contiene gli obiettivi della Confederazione Islamica Italiana. Collegamento: <http://www.conf-islamica.it/confederazione-islamica-italiana/>

culturale da parte del Regno del Marocco nei confronti delle iniziative sviluppate dalla Confederazione Islamica sul territorio italiano, ma anche un evidente rilievo nell'ambito delle influenze della cultura visiva e dei possibili approcci comunicativi. La comunità musulmana presenta però una natura altamente complessa e per questa ragione è risultato di enorme importanza approfondirne la struttura demografica nei quartieri oggetto dell'intervento, così da avere chiare le differenze etniche e linguistiche che potrebbero influenzare lo sviluppo del progetto del Centro Culturale.

## 5.2 Comunità islamiche a Torino

Il progetto di ricerca del Politecnico di Torino si è impegnato nell'indagare la presenza musulmana in Italia e a Torino attraverso l'analisi di dati demografici statistici, con l'obiettivo di mettere in atto azioni progettuali consapevoli nel rispetto delle comunità di riferimento.<sup>7</sup>

All'interno della tesi di dottorato viene specificata la complessità di una tale ricerca, in quanto la nazionalità non necessariamente identifica l'appartenenza religiosa. In primo luogo, si è cercato di comprendere i dati considerando che *l'Islam* è da intendere non solo come una religione, ma anche come una *cultura* in senso più ampio. Una cultura nella quale alcuni aspetti religiosi si riflettono anche in altri ambiti, come la politica, la società, l'arte e l'architettura (Elger, Stolleis, 2002). In secondo luogo è stato considerato il pluralismo di sfaccettature culturali, ideologiche e linguistiche delle comunità provenienti da paesi con prevalenza musulmana, ma anche delle cosiddette "seconde generazioni" e delle persone convertite.

Nel corso della presente ricerca risulta utile una conoscenza degli spazi, associazioni culturali e portali attivi sul territorio torinese, che si occupano di coinvolgimento, promozione, inclusione e attivazione della cultura e delle comunità islamiche nel contesto cittadino. La tesi di dottorato del progetto scientifico del Politecnico di Torino si è occupata di redigere

<sup>7</sup> Per approfondimenti riguardanti le fonti dei dati demografici si rimanda al documento della dissertazione di dottorato di Irene Caputo.

<sup>8</sup>. Un elenco dettagliato delle associazioni è consultabile sul sito del Centro Interculturale di Torino, al seguente link: <http://www.interculturatorino.it/il-centro-2/archivio/collegamenti/associazioni/> (Consultato a marzo 2023).

<sup>9</sup>. Elenco di associazioni che operano nell'ambito dell'integrazione e del coinvolgimento dei cittadini di religione islamica e con *background* migratorio è consultabile sul portale web "Vivo in" al seguente link: <http://www.vivo.in/> (Consultato a marzo 2023).

una panoramica e un'analisi dettagliata in merito agli spazi attivi nel contesto cittadino. Dalle mappature, in costante aggiornamento e disponibili su portali web specifici, a Torino risultano presenti più di 160 realtà rivolte alla partecipazione delle comunità musulmane.<sup>8</sup>

La città di Torino è stata tra le prime in Italia ad occuparsi in modo specifico di tematiche legate all'immigrazione, alla pluralità culturale e alla religione. In tale contesto, nel tempo, sono nate numerose realtà operanti nell'ambito dell'intercultura e dell'integrazione e risultano ad oggi numerose nel territorio cittadino.

Tra le realtà presenti in città (che comprendono associazioni, onlus, cooperative, centri di documentazione, enti e fondazioni), le associazioni islamiche rappresentano poli vitali di attivismo, che attraverso le loro iniziative si pongono come obiettivo l'apertura culturale e il dialogo con la cittadinanza.<sup>9</sup>



Fig. 60 Una preghiera collettiva per il Ramadan nel parco Dora, Torino, 17 luglio 2015. Credits: Internazionale (Giulio Lapone).



Fig. 61 Una fotografia scattata durante un'edizione di *IftarStreet*, iniziativa durante la quale viene imbandita una tavolata di 125 metri per condividere il rituale dell'*Iftar* con la cittadinanza torinese. 2015. Credits: Islam Torino.



Fig. 62 Fotografia scattata durante l'edizione 2021 del progetto *Comunità a porte aperte*. Credits: Islam Torino.

# Parte 3

## Il design per l'intercultura

# 6

## Progettare la comunicazione per l'intercultura

*Nella seguente sezione saranno presentate alcune riflessioni sul ruolo che realtà come centri culturali e centri islamici hanno nel territorio, le loro funzioni, i servizi offerti e la loro importanza nei processi di sviluppo urbano e integrazione sociale.*

## 6.1 Centri culturali, centri islamici, moschee, luoghi di culto e relativi ruoli nello sviluppo dei processi urbani

Centri culturali, centri islamici, moschee e luoghi di culto svolgono un ruolo di grande importanza nello sviluppo dei processi urbani. Questi spazi assumono una duplice funzione: da un lato, fungono da importanti punti di riferimento per le comunità, offrendo servizi di accoglienza, educazione e integrazione; dall'altro lato, contribuiscono alla trasformazione e alla definizione del tessuto urbano.

I centri culturali costituiscono dei luoghi di incontro e di scambio culturale, promuovendo la diversità e l'interculturalità. Essi offrono una vasta gamma di attività, tra cui mostre d'arte, spettacoli teatrali, concerti, conferenze e workshop, che mirano a favorire la comprensione reciproca tra le diverse comunità presenti in una città. Questi spazi svolgono un ruolo fondamentale nell'arricchimento della vita culturale della città e nella promozione di una società aperta e inclusiva (Niessen, 2019).

I centri islamici e le moschee assumono un ruolo centrale nella vita religiosa e sociale delle comunità islamiche. Oltre a essere luoghi di preghiera, svolgono funzioni di educazione religiosa, supporto sociale e diffusione dei valori dell'Islam. Le moschee, in particolare, rappresentano anche dei punti di riferimento architettonico e culturale nelle città, contribuendo alla definizione del paesaggio urbano.

L'importanza di questi spazi nel contesto urbano si manifesta anche nella loro capacità di promuovere l'integrazione sociale. Attraverso attività di formazione, corsi di lingua, programmi educativi e progetti sociali, questi luoghi favoriscono l'inclusione delle diverse comunità e la creazione di legami solidali tra i residenti.

Nel complesso, i sopracitati luoghi rappresentano dei pilastri fondamentali nello sviluppo dei processi urbani. Essi contribuiscono alla costruzione di una società più inclusiva, promuovendo l'interculturalità, l'educazione, l'integrazione e il dialogo tra le diverse comunità presenti in una città. Il loro ruolo nell'arricchimento della vita culturale, religiosa e sociale delle comunità urbane non può essere sottovalutato.

# 7

## Casi studio

*Nel presente capitolo saranno presentati una serie di progetti che, durante l'attività di ricerca, hanno dimostrato di offrire significativi spunti progettuali. Questi progetti sono stati selezionati per i loro distintivi aspetti visivi, espressivi, tecnici o evocativi, che li rendono particolarmente adatti ad arricchire il campo delle idee progettuali. Attraverso l'analisi e la descrizione di questi casi studio, si cercherà di evidenziare le peculiarità che li rendono fonte di ispirazione per lo sviluppo di nuove soluzioni visive nel contesto di un centro culturale islamico.*

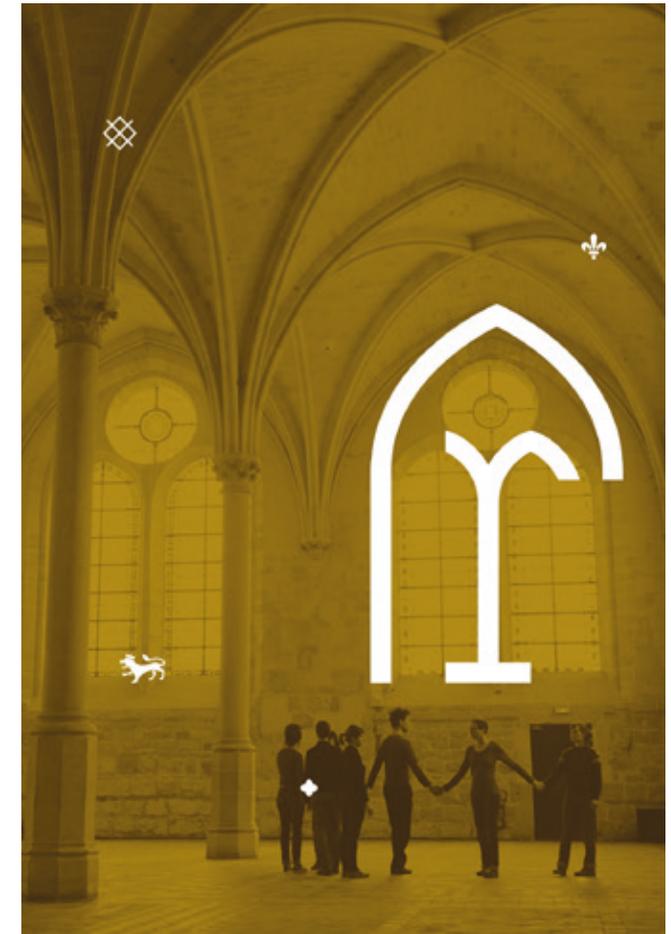
### 7.1 Progetti di comunicazione rilevanti negli ambiti di interesse

Nel contesto della progettazione per l'intercultura l'approfondimento dei casi studio riveste un ruolo fondamentale nella comprensione e nell'implementazione di soluzioni progettuali pertinenti. Nell'ambito specifico della progettazione di un Centro Culturale islamico, l'esplorazione di casi studio attinenti assume un'importanza cruciale, poiché fornisce spunti e ispirazioni per la creazione di un ambiente inclusivo e rispettoso delle tradizioni e possibilità di innovazione.

Durante la ricerca sono stati analizzati diversi casi studio provenienti da contesti e ambiti progettuali diversi, al fine di ottenere una panoramica completa e approfondita delle tematiche legate all'interculturalità, al patrimonio visivo e alla progettazione di centri culturali. I casi studio selezionati includono progetti di fondazioni, portali web e altre iniziative che presentano una stretta correlazione con tali tematiche e offrono una vasta gamma di servizi culturali.

Oltre all'analisi quantitativa dei dati raccolti durante la ricerca, verrà fornita una descrizione dettagliata di alcuni dei progetti e delle fondazioni che sono emersi come particolarmente rilevanti e significativi per lo sviluppo del progetto in questione. Questa descrizione permetterà di approfondire gli elementi di interesse presenti in tali casi studio, mettendo in luce le loro caratteristiche peculiari e le principali soluzioni adottate.

Attraverso l'analisi dei casi studio, si intende evidenziare le migliori pratiche, le strategie e gli approcci progettuali adottati da queste realtà, al fine di trarne spunti e ispirazione per lo sviluppo del progetto del Centro Culturale.



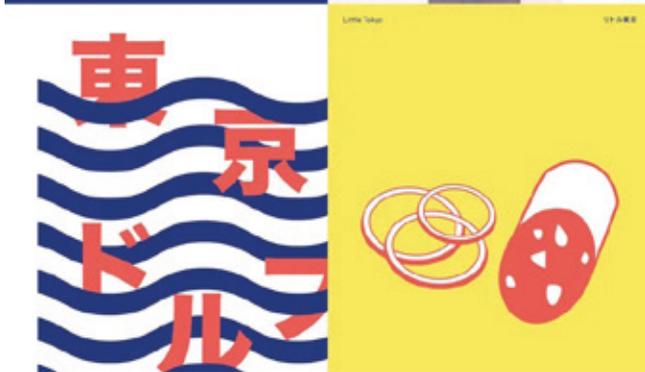
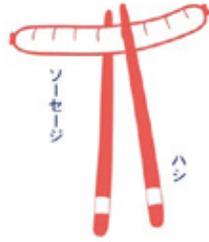
**ABBAYE ROYAUCOURTE. Graphéine. (2014)**

**Ambito progettuale:** identità visiva / rebranding

**Tipologia di progetto:** riqualificazione dell'identità visiva di un antico monastero cistercense, che dal 1964 ospita la fondazione Royaucourt.

**Luogo:** Compiègne, Francia

**Elementi di interesse:** suggestiva identità visiva che mette al centro le caratteristiche architettoniche dell'edificio, creando un legame con l'identità della fondazione, che organizza eventi culturali e sociali. Forte attingimento da elementi visivi storici e architettonici, declinati su supporti stampati e digitali.



106

Un nuovo volto per le ex Fonderie Nebiolo

**LITTLE TOKYO. Kitto Katsu. (2016)**

**Ambito progettuale:** identità visiva / campagna di comunicazione / illustrazione

**Tipologia di progetto:** collezione di manifesti per il quartiere di *Little Tokyo*.

**Luogo:** Dusseldorf, Germania

**Elementi di interesse:** processo di combinazione di elementi tradizionali della cultura giapponese con quella tedesca in semplici immagini illustrate. Identità dall'impronta fortemente "narrativa".

107

Parte 3 - Il design per l'intercultura



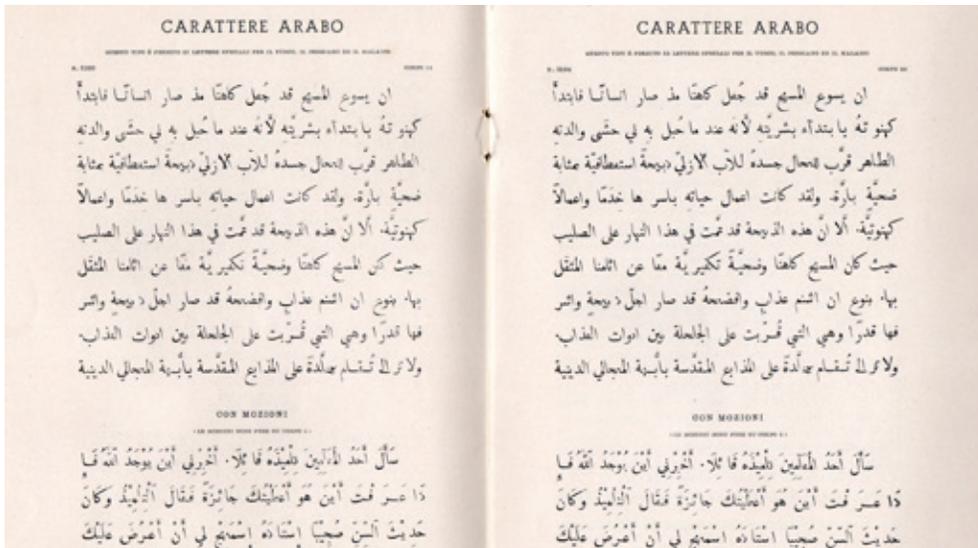
### COMMON GOOD. U-P. (2018)

**Ambito progettuale:** identità visiva / Exhibition

**Tipologia di progetto:** immagine coordinata per una mostra sul design contemporaneo delle regioni dell'Asia Pacifica, attraverso diverse tematiche. L'immagine coordinata comprende manifesti pubblicitari, allestimenti, merchandising, e pubblicazioni editoriali.

**Luogo:** Sydney, Australia

**Elementi di interesse:** centralità della tipografia e creazione di una relazione tra i vari sistemi di scrittura, che rappresentano le regioni di provenienza dei progetti esposti, assieme a un codice cromatico specifico per ciascun linguaggio.



**HIDDEN IN PLAIN SIGHT. Rayanne Tabet. (2018)**

**Ambito progettuale:** Arte contemporanea / Exhibition

**Tipologia di progetto:** disegno murale. L'installazione *Arabic for all* è parte di un gruppo di sei opere.

**Luogo:** Galleria Franco Noero, Torino, Italia

**Elementi di interesse:** Il murale deriva a un foglio di prova del carattere Arabo Stretto disegnato nel 1977 dalla Fonderia Nebiolo. Dal momento che il disegnatore del font non conosceva la lingua araba, il foglio di prova fu realizzato con una sequenza casuale di caratteri che non aveva alcun significato.



112

Un nuovo volto per le ex Fonderie Nebiolo

113

**DUBAI EXPO.** Spaceagency Design. (2020)

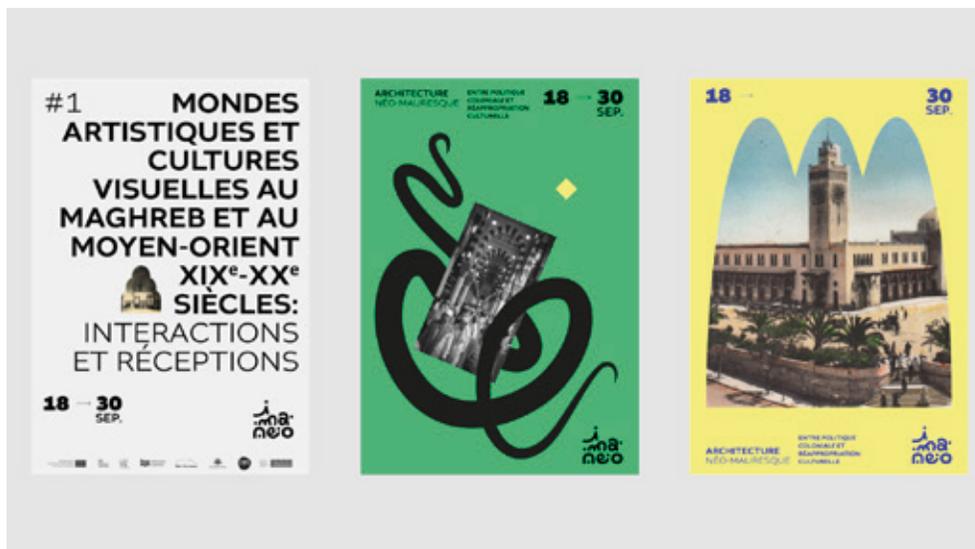
**Ambito progettuale:** Identità visiva / exhibition

**Tipologia di progetto:** Sistema di immagine coordinata per l'esposizione universale di Dubai.

**Luogo:** Dubai, Emirati Arabi Uniti

**Elementi di interesse:** segnaletica e accessibilità, tipografia multilinguaggio, sistemi di icone, materiali della tradizione.

Parte 3 - Il design per l'intercultura



114

Un nuovo volto per le ex Fonderie Nebiolo



IMANEO. Studio Bingo. (2021)

**Ambito progettuale:** Identità viva / architettura / ricerca

**Tipologia di progetto:** il progetto ambisce a creare una connessione con il patrimonio culturale artistico e architettonico del Mediterraneo attraverso ricerca, media e strumenti digitali.

**Luogo:** Francia / Spagna / Tunisia / Algeria

**Elementi di interesse:** creazione di dialogo tra mondi e linguaggi visivi differenti, utilizzando tipografia, elementi visivi e colore.

115

Parte 3 - Il design per l'intercultura

# CONTEMPORARY ARTS CENTER CASTELLO DI GIANNO DE' GREGI BUTULLO



116

Un nuovo volto per le ex Fonderie Nebiolo



**KORA. CONTEMPORARY ART CENTRE. Pazlab. (2021)**

**Ambito progettuale:** Identità visiva / Tipografia

**Tipologia di progetto:** un ex-castello medievale diventa un centro dedicato all'arte contemporanea. Viene sviluppata un'immagine coordinata basata su architettura, pattern, intrecci, passato e futuro della tradizione.

**Luogo:** Lecce

**Elementi di interesse:** creazione di un'identità visiva e di un carattere tipografico su misura.

117

Parte 3 - Il design per l'intercultura

## 7.2 Portali web e fondazioni

Nelle seguenti pagine vengono riportati siti web e spazi digitali attivi nell'ambito della conoscenza interculturale con un taglio specifico su design, comunicazione e tipografia, e che prestano una particolare attenzione alla cultura visiva del mondo islamico, o in generale ai sistemi di comunicazione meno rappresentati e conosciuti. Questo tipo di spazi digitali sono inoltre degli importanti canali di conoscenza di altri progettisti e progettiste che operano nel campo del design interculturale, creando così la possibilità di scoprire progetti esistenti e analizzarne le metodologie.



Next to this community website, we do projects in the arab world and beyond.

**typographic matchmaking**  
 Working across time and space, Arab-Dutch design teams create graphic communication for Latin America.



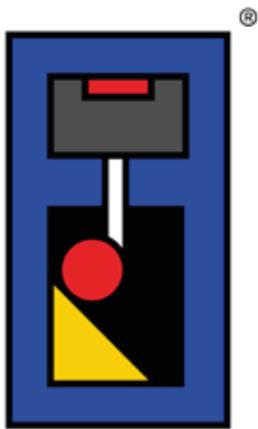
**Khatt Foundation**  
**Center for Arabic Typography**

**Dove si trova:** fondazione nel 2004, sede ad Amsterdam

**Di cosa si occupa:** ha sviluppato un network di progettiste e progettisti che lavorano nell'ambito di ricerca del design nel mondo arabo e in medio oriente.

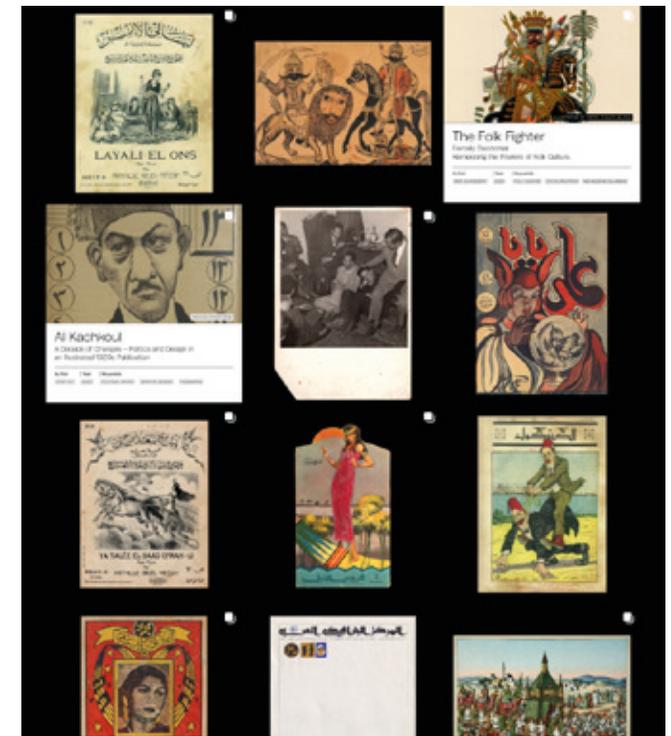
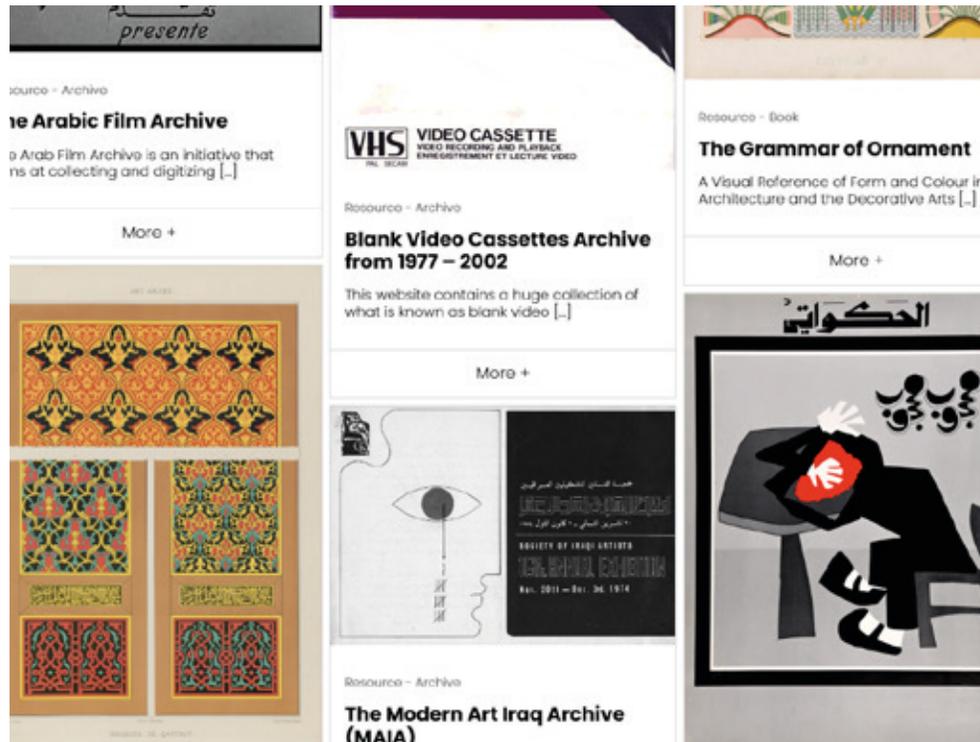
**Elementi di interesse:** organizza workshop e conferenze per avvicinare al loro mondo. Pubblicazioni su tipografia e design. Ricco archivio di progettiste e progettisti con collegamento diretto ai loro siti e progetti.





مَسَاحَةُ لِلتَّجَرُّبِ  
مُشَارَكَةِ الْمَعْرِفَةِ، تَنْمِيَةِ  
الْأَبْحَاثِ، وَنَشْرِ الْكِتَابَاتِ.

A SPACE FOR EXPERIMENTATION,  
SHARING KNOWLEDGE, DEVELOPING  
RESEARCH, AND WRITING.



Design Repository  
Assembling a Relevant Design Culture

Dove si trova: portale web

Di cosa si occupa: ambisce a facilitare il dialogo sul design inteso come pratica sociale e come campo di studio umanistico con un focus sul pensiero critico, analizzando anche le lacune di conoscenza che il mondo "occidentale" porta con se riguardo la culture progettuali "altre".

Elementi di interesse: condivisione di letteratura critica sul mondo del design. Sito web multilinguaggio e accessibile. Forte identità viva interculturale.



Dalla ricerca dei casi studio emersi vari approcci ricorrenti, riguardanti la gestione degli elementi di comunicazione in progetti nell'ambito del dialogo interculturale.

Sono stati analizzati progetti provenienti da differenti ambiti progettuali, come il branding, la fotografia e il video, l'editoria, la tipografia e il *type design*.

### 7.3 Lettura critica, analisi e interpretazione dei casi studio

Attraverso la lettura critica dei progetti analizzati sono state individuate alcune caratteristiche comuni che si affiancano alle considerazioni effettuate dal progetto scientifico del Politecnico di Torino. Questi principi riguardano sia le soluzioni visive adottate nei progetti di comunicazione, sia importanti accorgimenti tecnici e concettuali da considerare nella fase esecutiva.

Dal punto di vista visivo, è emerso che i progetti di comunicazione all'interno di contesti interculturali spesso si basano sull'utilizzo di elementi simbolici e grafici che richiamano la cultura e l'identità delle comunità coinvolte. Si tratta di un approccio che mira a creare una connessione emotiva con il pubblico di riferimento e a trasmettere un senso di appartenenza e riconoscimento.

Nello specifico, durante l'analisi dei progetti sono state identificate alcune soluzioni ricorrenti che sono state adottate per la comunicazione interculturale. Queste soluzioni rappresentano un modo efficace per esprimere concetti e valori legati alla cultura e all'identità delle comunità coinvolte. Di seguito sono riassunte le principali soluzioni emerse durante la ricerca:

- 1. Reinterpretazione di elementi decorativi tradizionali:** i progetti analizzati hanno utilizzato elementi decorativi tradizionali come motivi ornamentali o pattern ispirati alle culture di riferimento. Questa reinterpretazione consente di creare un legame visivo con la tradizione e di valorizzare il patrimonio culturale.
- 2. Attingimento da fonti storiche e identitarie:** alcuni progetti hanno tratto ispirazione da fonti storiche e identitarie, come manoscritti antichi, reperti archeologici o simboli culturali. Questo approccio consente di creare una connessione con la storia e di trasmettere un senso di continuità e autenticità.
- 3. Valorizzazione del patrimonio visivo:** molti progetti hanno posto l'accento sulla valorizzazione del patrimonio visivo delle comunità coinvolte. Questo può includere la promozione di artisti locali, l'utilizzo di immagini emblematiche del luogo o la rappresentazione visiva di elementi distintivi della cultura.
- 4. Lettering e tipografia "narranti":** l'utilizzo creativo di lettering e tipografia è risultato un aspetto preponderante nei progetti analizzati. Questa scelta consente di comunicare messaggi in modo visivamente coinvolgente, creando un legame tra la forma delle lettere e il contenuto del messaggio.
- 5. Dialogo tra passato e futuro:** molti progetti hanno cercato di instaurare un dialogo visivo tra il passato e il futuro, combinando elementi tradizionali con soluzioni moderne e innovative. Questo approccio sottolinea l'evoluzione culturale e l'apertura al cambiamento.
- 6. Gestione della tipografia "multi-linguaggio":** nei contesti interculturali è necessario gestire diversi sistemi di scrittura e lingue. I progetti analizzati hanno affrontato questa sfida attraverso l'uso appropriato della tipografia e la progettazione di soluzioni visive che consentono una chiara comunicazione in più lingue.
- 7. Ibridazione tra sistemi di scrittura:** combinando caratteri e simboli provenienti da diverse culture, alcuni progetti mirano a favorire la comprensione reciproca e promuovere la diversità culturale.
- 8. Storytelling dei luoghi, dei territori e delle genti:** molti progetti hanno utilizzato il potere del racconto per trasmettere messaggi e promuovere la comprensione interculturale. Attraverso narrazioni visive coinvolgenti, è possibile mettere in luce la storia, i territori e le persone legate alle comunità coinvolte.

# 8

## Linguaggi visivi nella cultura islamica tra estetica e simbologia

*La presente sezione è dedicata all'esplorazione degli elementi intrinseci alla cultura visiva del mondo islamico. La ricerca dei linguaggi visivi del mondo islamico costituisce una componente essenziale del processo. Esplorare i linguaggi visivi e le forme di espressione artistica presenti nella cultura islamica consente di cogliere l'essenza delle sue tradizioni estetiche e dei suoi valori spirituali. Attraverso l'analisi e l'appropriazione consapevole di tali elementi, è possibile creare un contesto visivo autentico e rispettoso all'interno del centro culturale, che favorisca il dialogo interculturale e l'integrazione.*

## 8.1 Islam e rappresentazione. Aniconismo: il “divieto” delle immagini

La comunicazione per immagini all'interno della religione islamica rappresenta un tema di rilevanza che offre un significativo spunto progettuale per l'ideazione di un'identità visiva per un Centro Culturale islamico che includerà un'area dedicata al culto religioso.

Un aspetto che merita particolare attenzione è l'*aniconismo*, concetto intrinseco in alcune religioni (derivato dall'ebraismo) che prescrive la non rappresentazione delle figure religiose e degli esseri viventi, poiché la Creazione è considerata un attributo esclusivo di Dio. Di conseguenza, un artista non può emulare questo atto divino (Elger, Stolleis, 2002).

Sebbene tradizionalmente la comunicazione visuale sia limitata da tale principio, il compito della rappresentazione viene assolto attraverso l'arte della calligrafia e l'utilizzo di elementi ornamentali simbolici.

Nonostante tali vincoli non abbiano più le stesse restrizioni di un tempo, la conoscenza dei concetti legati alla rappresentazione nel contesto islamico può influire sulle scelte progettuali riguardo agli elementi grafici utilizzati, che attingono principalmente dal campo della calligrafia e dei simboli, richiamando così la cultura e la tradizione.

## 8.2 Il colore

Il colore costituisce uno degli elementi fondamentali da esaminare al fine di comprendere il mondo dei linguaggi visivi islamici. Nella concezione mistica dell'Islam, la luce e il colore, soprattutto all'interno dell'architettura e dell'abbigliamento, rappresentano i mezzi attraverso i quali si esprime la spiritualità. Il colore rappresenta la manifestazione "corporea" della luce (Elger, Stolleis, 2002).

Sempre tenendo in considerazione la pluralità culturale fortemente sfaccettata dell'Islam e della provenienza geografica delle opere, ogni colore possiede un

aspetto simbolico e allegorico, che intrattiene relazioni profonde con la spiritualità e la trasformazione dell'individuo e dell'anima.

La ricerca condotta all'interno del progetto scientifico del Centro Culturale presso il Politecnico di Torino ha beneficiato di un prezioso contributo da parte di una studentessa di origine iraniana, il cui lavoro ha riguardato un'analisi dettagliata e sistematica del ruolo del colore e dell'ornamento nella cultura islamica. Il documento risultante presenta un'approfondita indagine storica, spirituale e semantica sugli elementi decorativi che caratterizzano l'architettura e gli oggetti d'uso all'interno dell'Islam.

Il nero viene considerato il colore della spiritualità e dell'interiorità, senza creare un rapporto di antagonismo simbolico con il bianco. Nel contesto culturale preso in esame, non esiste un'interpretazione negativa del colore nero, anzi esso è considerato il colore d'eccellenza per la calligrafia, con un forte valore estetico e simbolico. Al contrario, il bianco rappresenta la verità, la purezza e l'unità, ed è ampiamente utilizzato come colore predominante nelle architetture arabe moderne.

Il colore verde viene percepito come un vero e proprio simbolo dell'Islam. Domina nelle soluzioni architettoniche di moschee e molti altri edifici. Il verde è culturalmente noto per essere il colore delle vesti di seta che indossano gli abitanti del paradiso. Il verde simboleggia la natura, l'oasi, la vita e il riposo. Il colore della pace, della carità e dell'immortalità.

Anche i toni blu rivestono un ruolo significativo nelle decorazioni dei complessi architettonici, sia negli elementi ornamentali interni che esterni, compresi soffitti e pareti. Questi toni blu simboleggiano la vastità del cielo, evocando una sensazione di calma e soddisfazione tra i fedeli. In particolare, la tonalità del turchese, associata al colore dell'acqua, è ampiamente utilizzata come colore di accento in architetture e opere d'arte.

Il rosso, anch'esso un colore molto potente nell'architettura e nell'arte islamica, ha la capacità di attirare e catturare l'attenzione, simile al turchese. Nel Corano, il rosso viene menzionato come il colore che tingerà il

cielo nel giorno del giudizio. Dal punto di vista semantico, il rosso è associato al desiderio e alla passione. Oltre all'architettura, viene ampiamente utilizzato anche nel campo tessile, ad esempio per i tappeti.

Il giallo, colore dell'oro, possiede anch'esso un forte potere di attrazione. Simbolicamente associato alla ricchezza, alla fede e alla perfezione, il giallo assume un ruolo significativo nell'ambito dell'arte e dell'architettura islamica.

In conclusione, la ricerca condotta sul colore nell'ambito del progetto scientifico del Centro Culturale presso il Politecnico di Torino ha evidenziato l'importanza e il significato profondo dei diversi colori nell'architettura e nell'arte islamica. L'analisi approfondita di questi colori sacri fornisce una base solida per lo sviluppo di un'identità visiva coerente e rispettosa nel progetto del Centro Culturale, permettendo la rappresentazione visiva della ricchezza culturale e simbolica dell'Islam.

### 8.3 L'ornamento e gli elementi decorativi

L'ornamento e gli elementi decorativi costituiscono un aspetto di rilevante nel contesto del design per un centro culturale islamico. Essi rappresentano una forma di espressione ricca di significati, che riflette l'estetica e i valori culturali della tradizione artistica islamica. Lo studio di queste forme consente di esplorare le soluzioni, i motivi e le simbologie utilizzate nella tradizione artistica islamica, offrendo spunti progettuali e ispirazioni per la creazione di un ambiente visivamente suggestivo e culturalmente significativo all'interno del centro culturale. Questi elementi possono essere reinterpretati e integrati in modo innovativo nel design degli spazi, dei supporti grafici e degli oggetti presenti nel centro.

L'arte ornamentale rappresenta un fenomeno intrinsecamente ricorrente e distintivo nel contesto del mondo islamico, trovando espressione attraverso molteplici forme artistiche, tra cui l'architettura, la pittura, i libri e gli oggetti di uso comune (Wilson, 1988). La marcata presenza di elementi decorativi astratti di natura geome-

trica o organica riflette la questione dell'aniconismo, un principio che ha guidato gli artisti islamici nel loro processo creativo. Poiché le rappresentazioni visive di certi concetti sono limitate, gli artisti si sono concentrati su un linguaggio figurativo interamente astratto, mirato a suscitare un'appagante esperienza estetica negli osservatori (Elger, Stolleis, 2002).

Nell'arte islamica, si distinguono due stili principali di pattern e disegni decorativi, entrambi riconoscibili per la loro straordinaria estetica e raffinatezza, che spesso si avvalgono della tecnica del mosaico. Da un lato, si trovano motivi ornamentali che traggono ispirazione dal mondo vegetale, presentando rappresentazioni stilizzate di foglie, fiori, piante e altri elementi naturali. Dall'altro lato, si trovano motivi geometrici, caratterizzati da intricati intrecci di linee, forme e figure geometriche come cerchi, quadrati, stelle e poligoni (Daud, 2007).

È interessante notare come spesso questi due stili si combinino tra loro, creando composizioni artistiche armoniose e suggestive. L'uso di iscrizioni calligrafiche, che possono includere versetti del Corano o parole di lode a Dio, arricchisce ulteriormente i disegni ornamentali, aggiungendo un elemento di sacralità e significato spirituale.

Una caratteristica peculiare dei motivi ornamentali dell'arte islamica è la loro capacità di riproduzione all'infinito. Questa peculiarità permette di estendere i disegni su intere superfici, creando una sensazione di continuità e movimento visivo. Tale estensione su vasta scala dei pattern decorativi contribuisce a creare ambienti visivamente coinvolgenti e affascinanti, in cui gli elementi ornamentali si fondono armoniosamente, generando un effetto di profondità e ricchezza visiva.

Attraverso l'uso sapiente di motivi tratti dal mondo vegetale e dall'ispirazione geometrica, insieme all'infinita ripetizione dei pattern ornamentali, l'arte islamica raggiunge un equilibrio estetico e un'intensità visiva straordinari. Questi elementi decorativi non solo arricchiscono gli spazi fisici e gli oggetti, ma offrono anche un linguaggio visivo simbolico che riflette valori culturali, spirituali e estetici della tradizione artistica islamica.

## 8.4 La calligrafia

La calligrafia rappresenta uno dei tratti distintivi e caratterizzanti delle civiltà arabo-persiane. All'interno del contesto islamico, essa assume una funzione di mediazione con l'Universale e costituisce un mezzo privilegiato per la glorificazione di Dio" (Chebel, 1997). Oltre ad essere parte integrante dell'arte ornamentale, l'arte calligrafica rappresenta il secondo elemento di grande rilevanza che caratterizza il mondo dei linguaggi visivi islamici. Fin dalle sue origini, attribuite al periodo in cui le prime copie dei testi sacri venivano realizzate a mano, questa forma d'arte ha subito importanti evoluzioni in termini di forme e stili, che vengono utilizzati per diverse finalità e contesti, che spaziano dai fregi ornamentali ai libri. Sebbene lo stile di calligrafia araba più diffuso e conosciuto al mondo contemporaneo sia lo stile corsivo, il primo vero stile calligrafico, denominato "cufico" (*Kufic*), si caratterizza per un marcato movimento sull'asse orizzontale, la presenza di aste verticali ascendenti, tondi compatti, e da un'estetica maestosa e austera (Daud, 2007).

Lo stile cufico comprende diverse varianti, tra cui il riconosciuto cufico quadrato, che si distingue per il suo rigore geometrico e la sua struttura basata su una griglia di moduli quadrati. Questa particolare espressione del cufico si caratterizza per la precisione e l'ordine delle sue forme, che sono organizzate secondo un sistema rigoroso di disposizione e allineamento. La griglia a moduli quadrati conferisce a questo stile una composizione armoniosa e una sensazione di equilibrio visivo. I tratti distintivi del cufico quadrato risiedono nella chiarezza dei suoi contorni e nella geometria dei suoi elementi, che contribuiscono a creare un risultato estetico di grande impatto. Nonostante il cufico quadrato presenti una leggibilità ridotta per la maggior parte dei lettori di lingua araba, esso costituisce un'interessante soluzione grafica che, attraverso l'uso di angoli, semplificazioni e adattamenti delle forme delle lettere, conferisce alle superfici un impatto visivo significativo (Daud, 2007).

Il cufico quadrato, grazie alla sua struttura compositiva rigorosa e alla sua natura modulare, mostra una

notevole affinità con il mondo della tipografia, rendendolo un interessante spunto progettuale per l'identità visiva di un centro culturale islamico che troverà sede in una ex-fonderia di caratteri tipografici. L'applicazione di elementi del cufico quadrato nella progettazione visiva del centro culturale potrebbe quindi rievocare la tradizione e l'eredità tipografica, creando un legame visivo tra l'arte calligrafica islamica e la storia della produzione tipografica, contribuendo così a definire un'identità unica e riconoscibile per il centro culturale.

## 8.5 La stampa a caratteri mobili

L'introduzione della tecnica della stampa a caratteri mobili nei paesi islamici avvenne con un notevole ritardo rispetto al resto del mondo. Ciò fu principalmente dovuto a diversi fattori che contribuirono alle perplessità riguardo a questa innovazione. In primo luogo, gli scribi, i quali svolgevano un ruolo fondamentale nella trascrizione e nella copia manuale dei testi, videro nella stampa a caratteri mobili una minaccia diretta alla loro professione. La possibilità di riprodurre testi in modo più veloce e a costi inferiori attraverso la stampa avrebbe inevitabilmente ridotto la domanda di lavori di scrittura manuale. Di conseguenza, gli scribi mostrarono una certa resistenza nell'accettare questa nuova forma di produzione di libri e testi.

Inoltre, gli studiosi di religione manifestarono riserve nei confronti della stampa a caratteri mobili. Essi temevano che l'adozione di questa tecnologia potesse compromettere l'autenticità e l'integrità dei testi religiosi, poiché la produzione di masse di copie identiche dei testi sacri potrebbe portare a errori di trascrizione o addirittura a falsificazioni. La natura sacra e venerata dei testi religiosi richiedeva un livello elevato di precisione e rigore nella loro produzione, che secondo alcuni studiosi poteva essere meglio garantito attraverso la scrittura manuale.

Infine, anche i sovrani e i governanti manifestarono perplessità riguardo alla stampa a caratteri mobili. Essi temevano che questa nuova forma di comunicazione

potesse essere difficilmente controllabile e potesse favorire la diffusione di idee e informazioni indesiderate o potenzialmente sovversive. Il controllo sull'informazione e sulla conoscenza era un elemento di potere e di controllo sociale per i sovrani, e la stampa a caratteri mobili rappresentava una sfida a questo controllo consolidato (Elger, Stolleis, 2002).

La riluttanza delle società islamiche nell'adozione della stampa a caratteri mobili è motivata inoltre da diversi fattori di natura pratica. Innanzitutto, la scrittura araba è caratterizzata da un tratto corsivo, in cui le lettere di ogni parola sono collegate tra loro da legature. L'idea di una scrittura "disconnessa" in arabo non è mai stata presa in considerazione. Di conseguenza, la stampa a caratteri mobili della lingua araba presenta notevoli sfide nella creazione delle matrici, principalmente a causa delle numerose varianti e forme che i grafemi possono assumere a seconda della loro posizione all'interno della parola. In una tradizionale cassa tipografica, simile a quelle utilizzate per la stampa a caratteri mobili nel resto del mondo, si potrebbero trovare oltre seicento simboli diversi per l'alfabeto arabo. Questa complessità aggiuntiva ha contribuito a rendere la produzione tipografica in arabo più difficile e meno diffusa rispetto ad altre lingue che utilizzano alfabeti meno complessi (Bloom, 2001).



Fig. 63 Miniatura persiana che raffigura l'arrivo di Abd al-Muttalib e Abu Talib alla scuola di Maometto. Circa IX secolo. Nelle miniature vediamo rappresentato il profeta con il volto protetto da un velo bianco o da una fiamma, rendendolo non distinguibile. Credits: La Difesa del Popolo, settimanale della Diocesi di Padova.

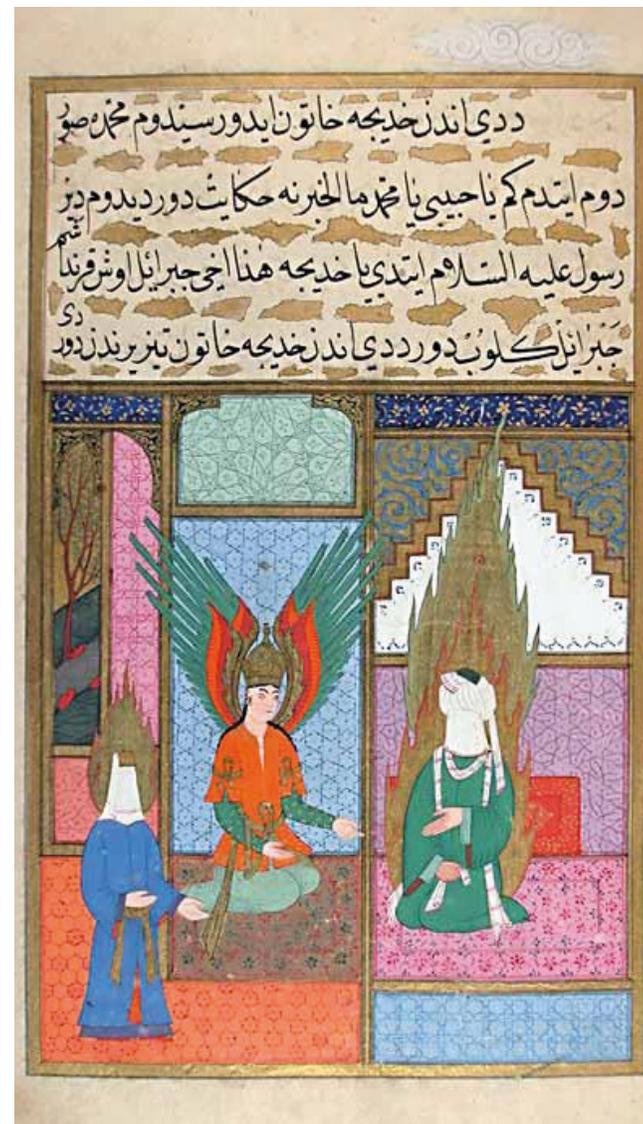


Fig. 64 Kadja, Gabriele e Maometto, Siyer-i Nebi (Vita del Profeta), miniatura ottomana, 1595, Topkapi Sarayi Müzesi, Topkapi Sarayi Museum Library, Istanbul, Turchia.

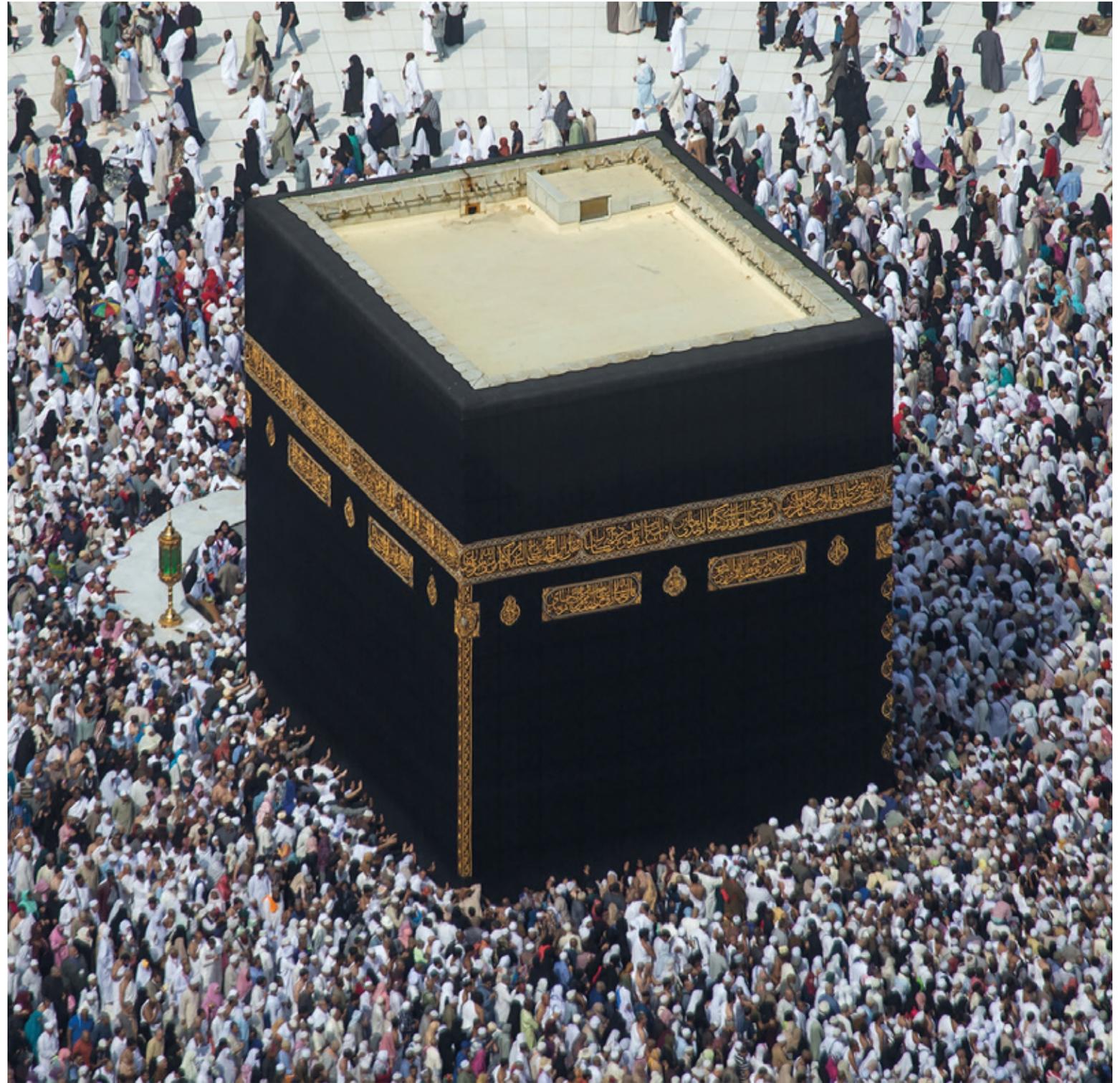


Fig. 65 "La Kaaba". Costruzione in granito, ricoperta in telo di seta nera e decori calligrafici oro e argento. Monumento pre-islamico, ridedicato al profeta Maometto nel 632 circa. Mecca, Arabia Saudita. Credits: Smarthistory (Muhammad Mahdi Karim).

Fig.66 Torre della cittadella di Karim Khan, Shiraz, Iran.  
Credits: Wikipedia Commons.



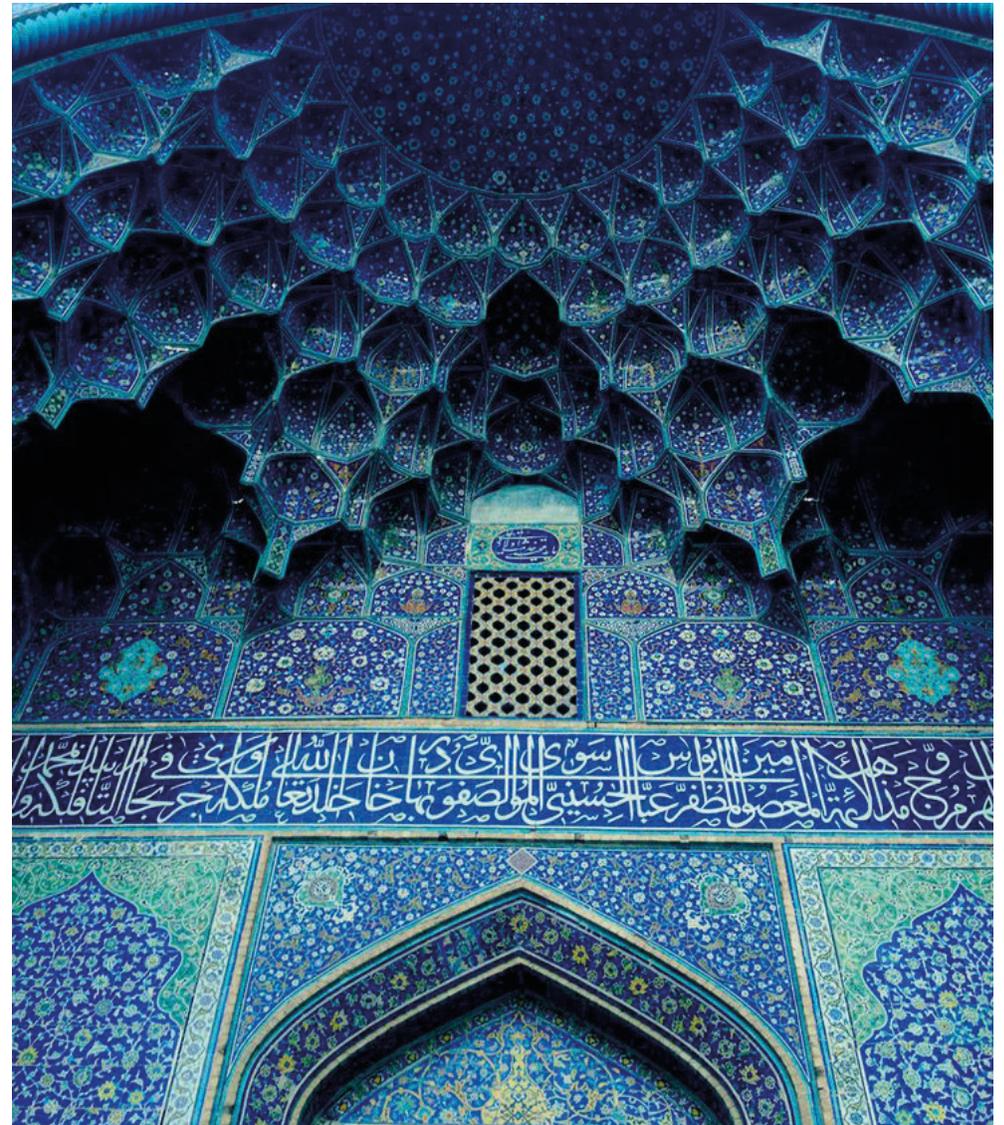


Fig. 67 Arco e Muqarnas (soluzione architettonica tipica dei luoghi di culto) di una moschea a Isfahan, Iran. Foto: Tandis Khodadadian.



Fig. 68 Iscrizioni del Corano su cupola di mausoleo persiano del XIII secolo Jalal al-Din Muhammad al-Rumi, Konya, Anatolia. Le superfici sono decorate con mosaici di piastrelle turchesi e blu. Credits: History Today.



Fig. 69 Iscrizione calligrafica sopra l'entrata della moschea di Sultanahmet. Foto: Paul Vinten.



Fig. 70 "Tekke", tappeto in lana che presenta il tipico motivo gül e colore rosso come dominante. Credits: Mohammad Tehrani.



Fig. 71 Moschea Jami Ul-Afar (o Moschea Rossa), Colombo, Sri Lanka. Foto: Getty Images.

Fig. 72 Miniatura del XVII secolo. *Al-Khidr* ("l'uomo verde") figura spirituale della tradizione islamica, indossa la tunica in seta verde dal significato divino. Victoria & Albert Museum, Londra. Credits: Historians. Perspective on History.



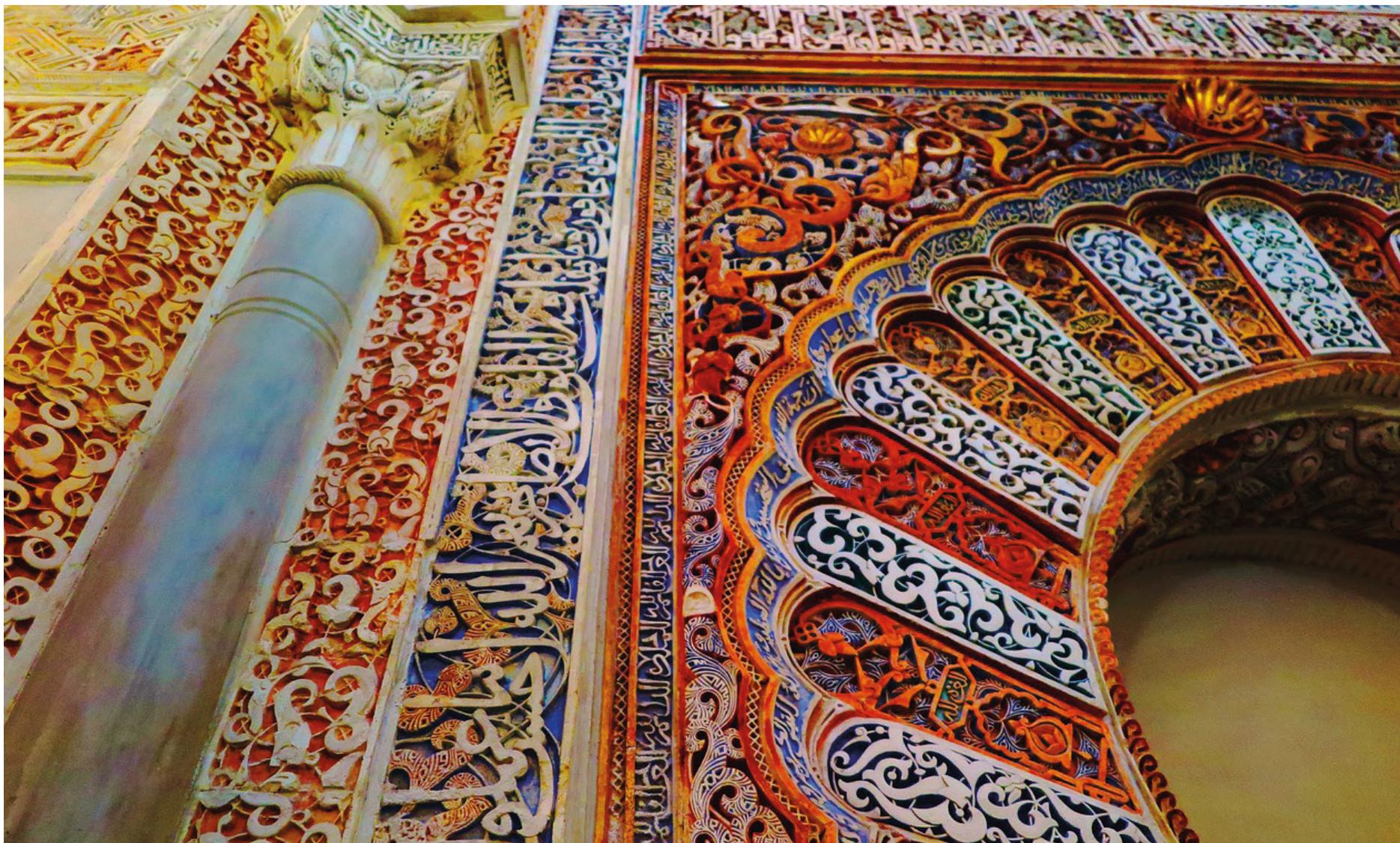


Fig. 73 Dettaglio ornamentale di arco e colonna, Madrasa di Granada, Spagna. Credits: Pixabay.

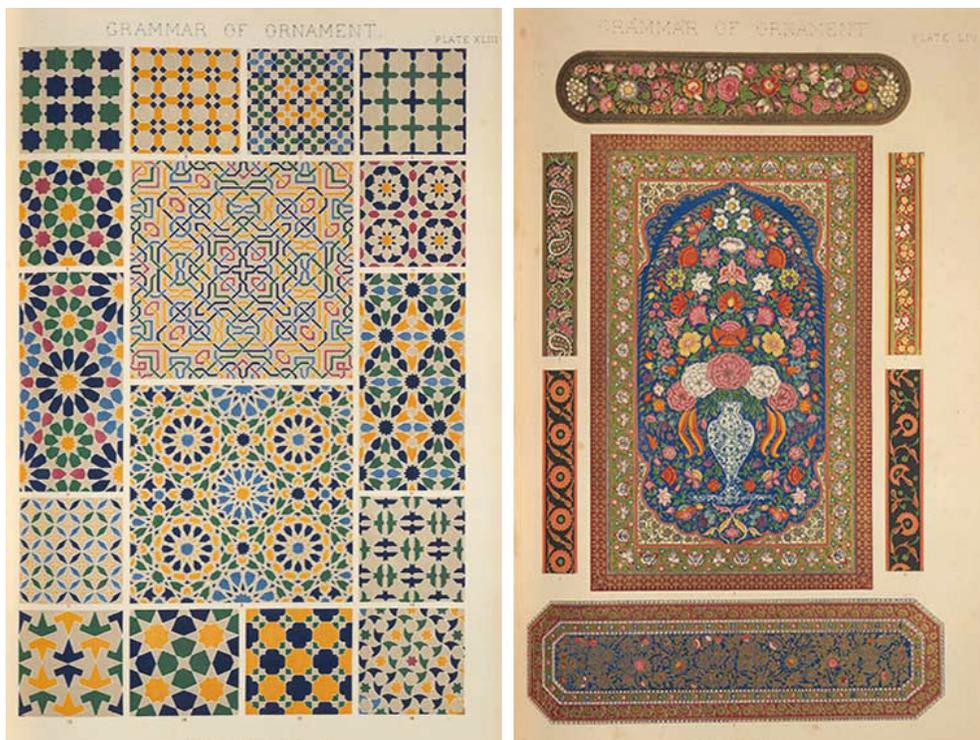


Fig. 74 Tavole di riproduzione di pattern dell'arte islamica estratte da "Grammar of Ornament", Owen Jones. 1856.  
Credits: Pattern in Islamic Art.



Fig. 75 Tavole di riproduzione di pattern dell'arte islamica estratte da "Grammar of Ornament", Owen Jones. 1856.  
Credits: Pattern in Islamic Art.

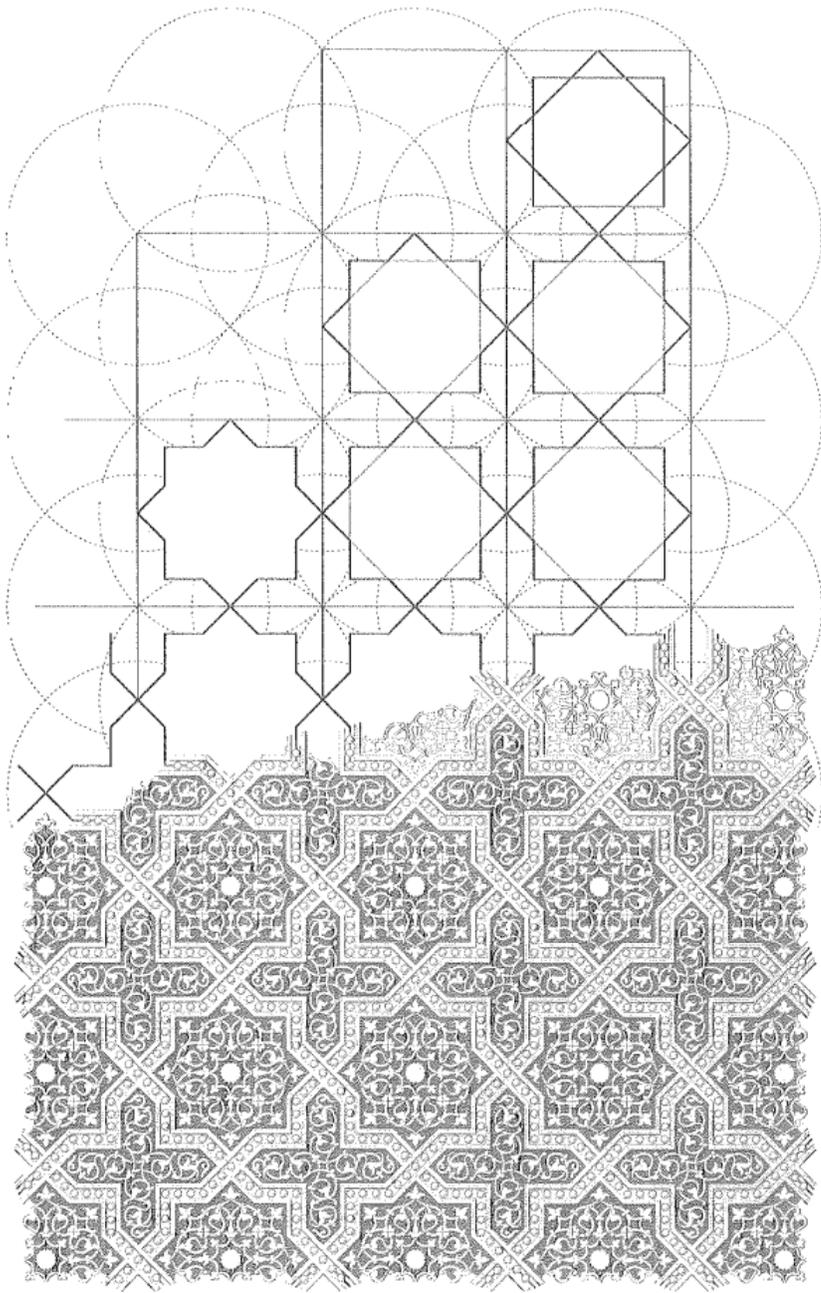


Fig. 76 Pattern decorativo e diagramma costruttivo geometrico.  
Credits: Daud Sutton, "Islamic Design. A Genius for Geometry".

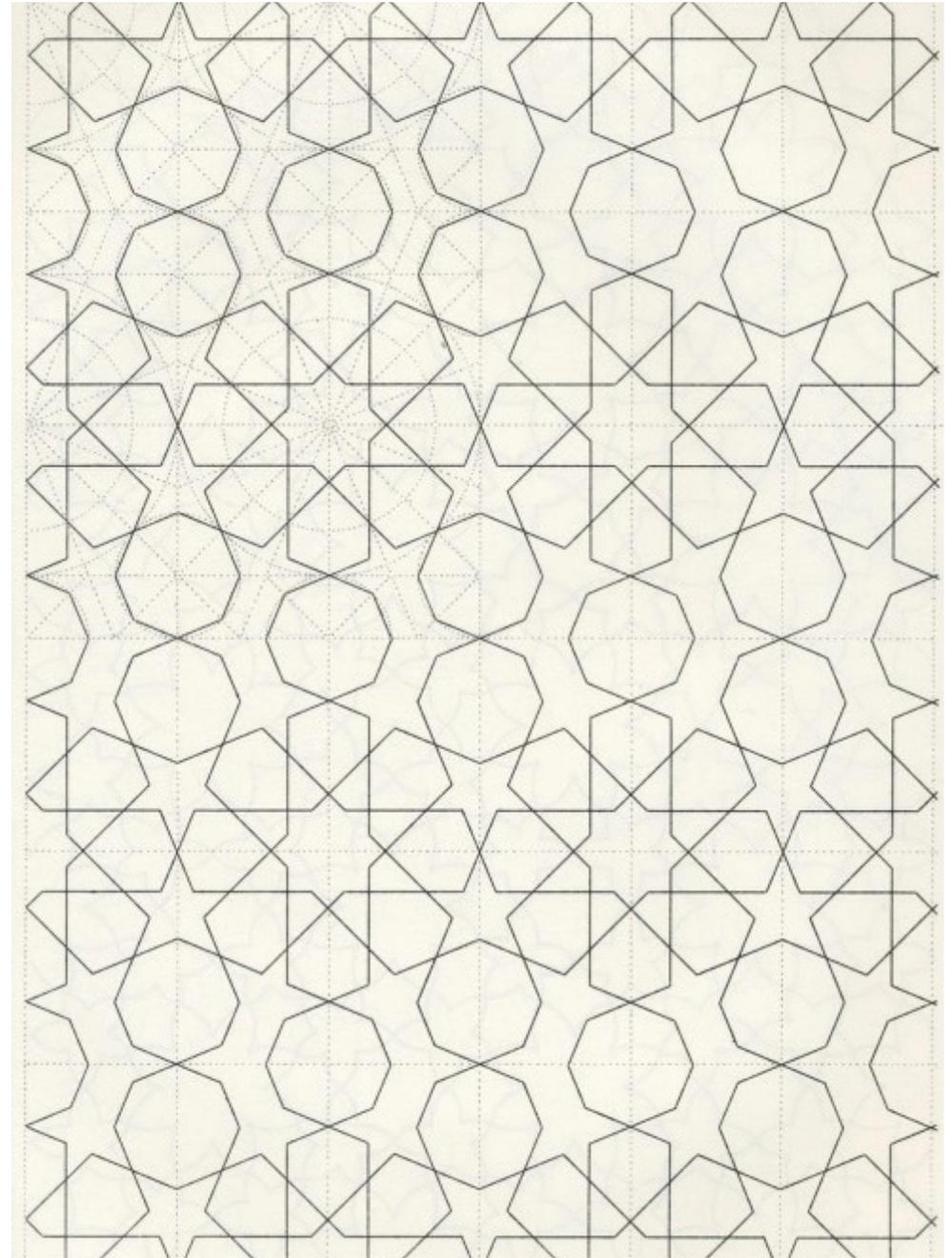


Fig. 77 Diagramma costruttivo di pattern decorativo. Fonte: Jules Bourgoïn, "Les éléments de l'art arabe".

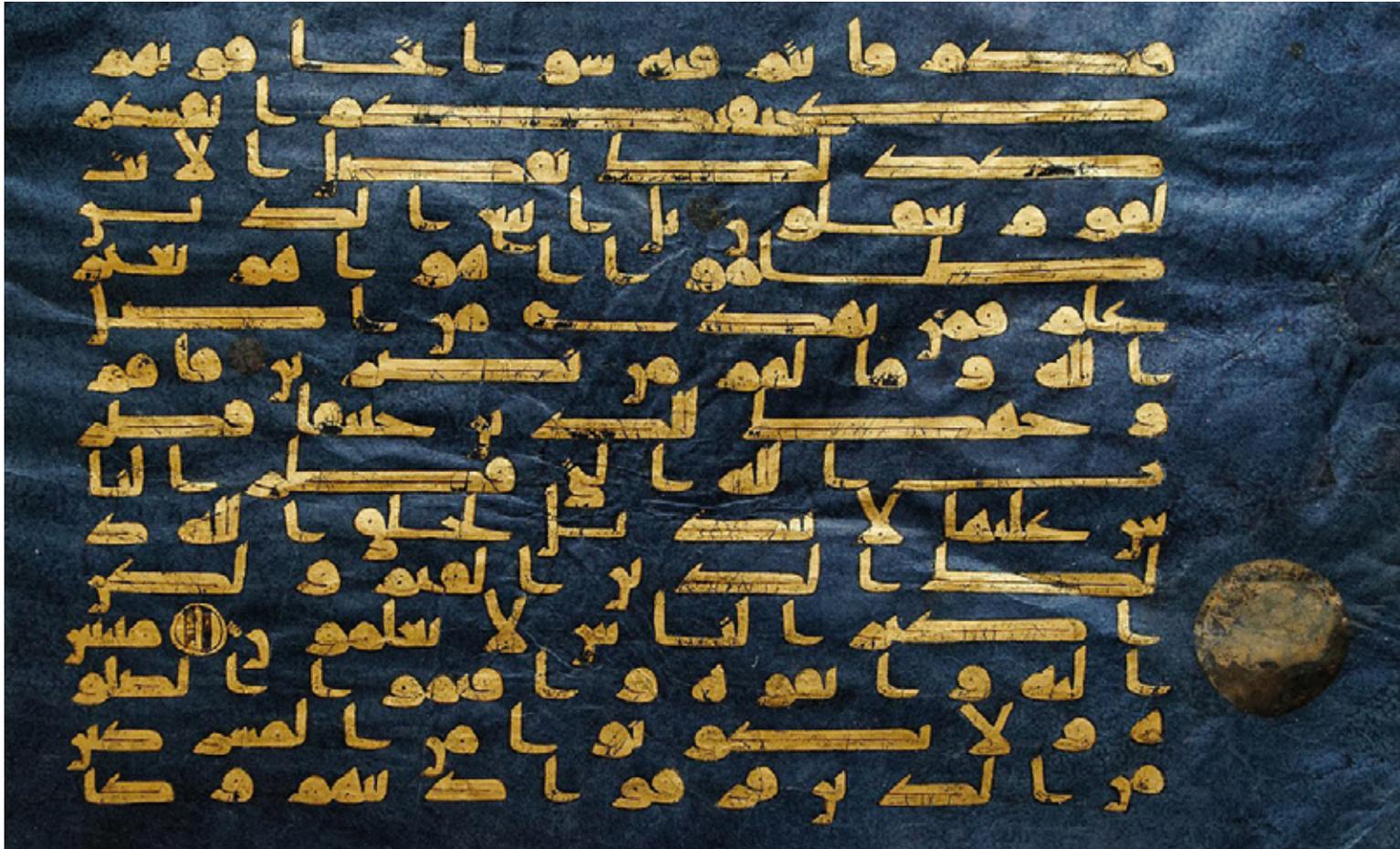


Fig. 78 Pagina del Corano Blu.  
Manoscritto prodotto tra il IX  
e il X secolo. Tra le più famose  
opere della calligrafia islamica,  
noto per le sue lettere in oro  
su una pergamena blu. Credits:  
Metropolitan Museum of Art.



Fig. 79 Sezione del Corano scritta in  
stile calligrafico Kufi. Manoscritto  
prodotto tra il IX e il X secolo.  
Credits: Google Arts & Culture.

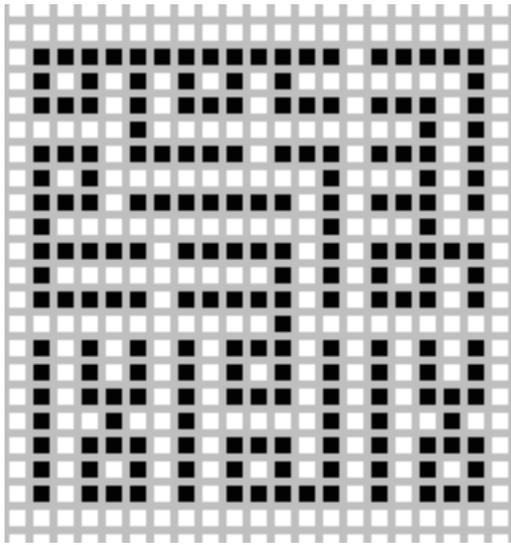


Fig. 80 Lo stile calligrafico Cufico quadrato è costruito su una griglia a moduli quadrati, con un numero dispari di righe e colonne. Credits: Geogebra.



Fig. 82 Esempio di Kufi Banna'i. Muro della moschea Jameh, Yazd, Iran. XII secolo. Credits: Makezine.



Fig. 81 Esempio di Kufi Banna'i. Uno dei più affascinanti stili calligrafici ornamentali, utilizzato su pavimentazioni e pareti. Foto: Joumana Medlej.



Fig. 83 Polizza di caratteri mobili arabi in piombo, presente all'interno dell'atelier tipografico di Tallone Editore. Credits: Ottavio Atti.



Fig. 84 Prove di allineamento di caratteri arabi in piombo, prodotti dalla Società Nebiolo, Torino. Credits: Ottavio Atti.

# Parte 4

## Interpretazione del manuale di brand policy

# 9

## Dall'interpretazione del manuale di *brand policy* verso lo sviluppo del concept di comunicazione

*L'interpretazione del manuale di brand policy è un passo fondamentale nello sviluppo di un concept di comunicazione coerente e efficace. Il manuale, redatto da Irene Caputo (autrice della tesi di dottorato sul Centro Culturale), fornisce le linee guida e le considerazioni fondamentali che regoleranno l'identità visiva e comunicativa del luogo. Attraverso un'analisi attenta e accurata del manuale di brand policy, è possibile comprendere i valori, la personalità e gli obiettivi che sono stati individuati per caratterizzare il Centro Culturale. Questo permette di stabilire una base solida per la creazione di un concept di comunicazione che rispecchi fedelmente l'essenza del marchio e comunichi in modo efficace con il pubblico di riferimento.*

*Il documento di brand policy svolge un ruolo cruciale nell'orientare le scelte che guideranno la progettazione dell'identità visiva e della strategia di comunicazione del Centro Culturale Islamico. Esso si rivolge sia ai progettisti che si occuperanno dell'implementazione dell'identità visiva, sia ai membri della Confederazione Islamica Italiana del Piemonte, che saranno responsabili degli aspetti comunicativi interni ed esterni della nuova realtà culturale.*

## 9.1 Analisi delle utenze e target della comunicazione

La definizione del *target* della comunicazione consiste nel selezionare il gruppo di persone a cui si desidera indirizzare il messaggio e che si ritiene sia il pubblico più interessato e suscettibile di essere coinvolto dal Centro Culturale. Il *target* può essere ampio e comprendere diverse categorie di persone o può essere più specifico e ristretto, focalizzandosi su un segmento di pubblico particolare.

Nel contesto di questo progetto di comunicazione, sono state prese due decisioni per definire il pubblico di riferimento:

- 1. Il progetto e il concept di comunicazione devono rivolgersi ai fedeli di religione musulmana che parteciperanno alle attività all'interno dell'area dedicata al culto e alla preghiera nel Centro. Per questa utenza, è necessario considerare principalmente fattori linguistici e formali che riguardano il linguaggio visivo del progetto. È fondamentale che venga rispettata la sensibilità religiosa e culturale dei credenti, con particolare attenzione a un utilizzo appropriato di eventuali simboli significativi per il pubblico di riferimento. Questa fascia di utenti comprende sia persone con *background* migratorio sia italiani di prima generazione che professano la religione islamica.**
- 2. Il progetto e la comunicazione devono anche rivolgersi al pubblico torinese in senso più ampio, in particolare nella parte dedicata al Centro Culturale, che ospiterà mostre, conferenze, laboratori e altre attività. Questa tipologia di utenza è prevalentemente composta da studenti universitari, ma anche residenti di Torino e di località limitrofe appartenenti ad ogni fascia di età che desiderano usufruire degli spazi e delle proposte formative offerte dal Centro.**

## 9.2 Posizionamento, mission, tono di voce

Tra gli aspetti rilevanti emersi dall'analisi del manuale di *brand policy*, assume un'importanza fondamentale il "posizionamento" del Centro Culturale Islamico e i valori ad esso associati. Il Centro viene identificato come un luogo di grande potenziale in grado di promuovere e rafforzare dinamiche territoriali, mirato a favorire un avvicinamento e un confronto attivo e offrire uno spazio dedicato alla valorizzazione e all'espressione della ricchezza culturale che coesiste nel territorio.

La *mission* del progetto di comunicazione del Centro è chiaramente definita e si fonda sulla preservazione e sulla rappresentazione dell'identità storica del luogo, con riferimento al suo passato di ex-fonderia di caratteri tipografici.

Allo stesso tempo, il progetto di comunicazione si propone di narrare la nuova destinazione d'uso del Centro Culturale, caratterizzata da un forte senso di apertura e dialogo con il territorio circostante e con le diverse culture presenti nel quartiere.

Attraverso un'approfondita ricerca e analisi dei valori fondamentali del Centro, il progetto di comunicazione si propone di trasmettere un messaggio di inclusione, di dialogo interculturale e di valorizzazione delle diverse espressioni culturali. L'obiettivo principale è quello di creare un ambiente accogliente e stimolante, che favorisca l'interazione e la partecipazione attiva delle comunità locali e dei visitatori, contribuendo così alla costruzione di un tessuto sociale più coeso e arricchito dalla diversità culturale.

Un altro aspetto fondamentale considerato nella creazione del manuale di *brand policy* è stato il *tone of voice* o "tono di voce". Il tono di voce rappresenta il modo in cui il Centro Culturale Islamico esprimerà la propria identità attraverso la scelta delle parole, il contenuto e l'effetto emotivo che queste suscitano. Durante il processo di definizione, è emerso che la comunicazione dell'identità del luogo richiede una personalità che sia "colta ma accessibile", ovvero una narrazione che si ispiri a fonti culturali ricche, mantenendo al contempo

un livello di comprensibilità per l'utenza che usufruirà dei servizi e degli spazi offerti dal Centro.

Questa scelta riflette l'obiettivo di creare una comunicazione che sia in grado di coinvolgere e di interagire con un pubblico ampio e variegato. Il tono di voce implica l'utilizzo di un linguaggio ricercato e di qualità, che si basa su una solida conoscenza culturale e che riesce a trasmettere significati profondi e rilevanti. Allo stesso tempo, è importante mantenere un approccio comunicativo chiaro, semplice e comprensibile, in modo da permettere a tutti gli utenti di apprezzare e di beneficiare delle attività e delle offerte proposte dal Centro.

L'equilibrio tra cultura e accessibilità nel tono di voce della comunicazione rappresenta un elemento chiave per costruire una relazione solida con il pubblico, stimolare l'interesse e la partecipazione attiva. Attraverso questo approccio, il Centro Culturale Islamico mira a creare un ambiente inclusivo, dove ogni individuo possa sentirsi coinvolto e compreso, senza distinzioni di *background* culturale o di conoscenza pregressa.

### 9.3 Principi di identità visiva e di naming

L'analisi dello scenario e delle connessioni concettuali e formali tra la cultura visiva del mondo islamico e quella delle ex-fonderie Nebiolo ha portato allo sviluppo dei principali pilastri progettuali che saranno fondamentali per l'elaborazione del concept grafico. In particolare, si riconosce che gli elementi della parola e del carattere rivestono un ruolo significativo nell'identità visiva del Centro. Questi principi consentono di sfruttare il potenziale narrativo e comunicativo delle parole e dei testi, creando un legame visivo tra la cultura islamica e il patrimonio storico delle fonderie Nebiolo.

I quattro principi saranno di seguito elencati:

**Il carattere mobile:** Si fa riferimento alla forza espressiva, alla materialità e all'estetica del carattere mobile, che rappresenta un elemento significativo nella narrazione del futuro delle ex-fonderie Nebiolo. Questo principio sottolinea l'importanza di utilizzare il carattere tipografico come un mezzo per raccontare la storia e il significato del Centro Culturale.

**Il senso di scrittura e lettura:** La lingua araba si legge e si scrive da destra verso sinistra. Questo elemento offre uno spunto progettuale per creare un'ibridazione visiva tra l'alfabeto latino e il sistema di scrittura arabo, rappresentando la diversità culturale e tipografica presente nel contesto del Centro.

**I caratteri come apparato decorativo:** Questo principio suggerisce l'utilizzo dei caratteri tipografici come modulo per creare nuovi pattern decorativi, ispirati all'arte geometrica islamica. Questa reinterpretazione permette di stabilire un legame visivo tra la storia delle ex-fonderie Nebiolo e la cultura islamica, enfatizzando la ricchezza e l'intersezione delle due tradizioni.

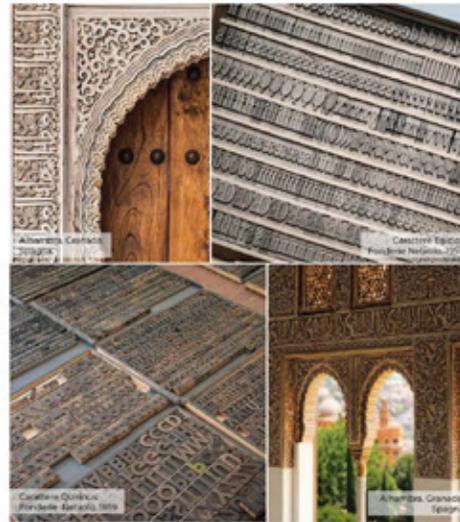
**I giochi di luci e ombre:** L'utilizzo di giochi di luci e ombre viene suggerito per richiamare simbolicamente il passato e il presente/futuro del Centro. Questo contrasto evoca emozioni, trasforma gli oggetti e rappresenta il cambiamento. Le ombre rappresentano il passato dell'edificio, mentre la luce rappresenta la sua nuova identità. L'uso combinato di luci e ombre consente di creare nuove modalità narrative e di esaltare la dimensione temporale del Centro Culturale.

## PRINCIPI DI IDENTITÀ VISIVA

Analizzando i caratteri Nebiolo è visibile la loro **assonanza formale** con i fregi geometrici intagliati degli edifici di architettura islamica, sia da un punto di vista espressivo che concettuale, legato cioè al **senso profondo e al valore della parola scritta**. Inoltre, un ulteriore elemento che rafforza questo confronto è il fatto che entrambe le forme di scrittura avvengono da destra a sinistra. Infatti, l'arabo è tra le lingue semitiche che si definiscono «sinistroverse», mentre le matrici tipografiche sono assemblate con i caratteri speculari, in modo che, una volta impresse, la stampa sia leggibile da sinistra a destra.

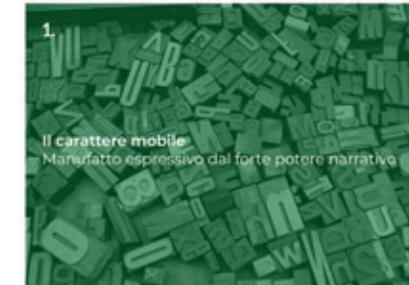
Queste riflessioni hanno portato allo sviluppo di quattro principali capisaldi progettuali percorribili per l'elaborazione di un concept grafico e che vedono il carattere e la scrittura come elemento significante:

1. Il carattere mobile come manufatto espressivo
2. Il senso di scrittura e lettura
3. I caratteri come apparato decorativo
4. I giochi di luci e ombre



6

## SISTEMA DI IDENTITÀ VISIVA



1  
**Il carattere mobile**  
Manufatto espressivo dal forte potere narrativo

La storia tipografica della Nebiolo è un elemento fondamentale per narrare il valore e l'impatto che ha avuto sul territorio. Il carattere mobile è un elemento fortemente espressivo, con una matericità ed una estetica molto pregnante ed immediata. Il suo potere narrativo, la composizione di parole, raccontano visivamente il passato e al contempo "scrivono" il futuro di questo edificio.



2  
**Il senso di scrittura e lettura**  
Da sinistra verso destra e da destra verso sinistra

L'arabo è una lingua semitica che si legge e si scrive da destra verso sinistra perché, secondo la religione musulmana, ogni azione deve iniziare con la destra, che rappresenta il bene ed il giusto. Questo elemento chiave può rappresentare un interessante spunto di progettazione: all'alfabeto latino si accosta una modalità di lettura tipicamente araba, creando così un'ibridazione visiva in grado di rimandare immediatamente a culture tipografiche differenti.

7

## SISTEMA DI IDENTITÀ VISIVA



3  
**I caratteri come apparato decorativo**  
Modulo per nuovi pattern che rievocano arte geometrica islamica

Creare dei pattern decorativi che richiamano i motivi arabeschi ma che nascono dall'accostamento strutturato di caratteri tipografici differenti. Questo concept permetterebbe di rafforzare il legame tra la storia della Fonderia e la cultura islamica.



4  
**I giochi di luci e ombre**  
Richiamare simbolicamente il passato e il presente/futuro del Centro

Luci e ombre: due facce della stessa medaglia. Il loro contrasto evoca emozioni, crea e provoca distorsioni, trasforma, esalta gli oggetti. Simbolicamente possono rappresentare il passato dell'edificio (le ombre) e il futuro, la sua nuova vita (la luce). Dal loro accostamento si creano delle modalità narrative che evocano il passato per raccontare il presente.

8

Pagine estratte dal documento di Brand Policy che mostrano le quattro principali linee guida per la definizione di un concept di comunicazione.  
Credits: Irene Caputo.

Ulteriori considerazioni sono state effettuate riguardo al *naming* del Centro Culturale. L'individuazione di un nome è il primo elemento che può rendere concreta l'identità di un luogo. Esso dovrà trasmettere un'immagine capace di evocare la doppia natura dell'edificio e la sua storia.

I principi che sono stati individuati nella redazione del manuale di *brand policy* e che dovranno guidare il processo di *naming* sono i seguenti:

**Contestualità:** Il nome deve essere facile da memorizzare e avere un rimando esplicito alla *mission* del Centro, evitando richiami concettuali troppo indiretti. Il nome scelto deve configurarsi come un punto di connessione tra la storia tipografica dell'ex Nebiolo e la cultura araba.

**Comprensibilità/traducibilità:** Il nome deve risultare facilmente traducibile e pronunciabile anche a un pubblico non arabofono.

Qui di seguito vengono riportate alcune suggestioni di nomi, emerse durante il progetto di massima della comunicazione, che rispecchiano i requisiti delineati:

**LA PAROLA:** in riferimento al senso profondo e al valore della parola scritta sia nella religione islamica che nella cultura tipografica storica dell'edificio.

**QALAM:** il calamo è l'utensile utilizzato per la scrittura araba tradizionale. In questo caso il nome, pur seguendo la pronuncia araba, risulta facilmente traducibile e pronunciabile anche ad un pubblico non arabofono.

**FONDERIA CULTURALE:** il richiamo esplicita la storia dell'edificio che concettualmente mantiene l'anima di luogo di "fusione" non più di metalli, ma di culture.

**IL GLIFO:** con questo termine si fa riferimento alla forma che assume la lettera all'interno di un carattere tipografico e si rimanda alla grande varietà di simboli associati a ogni lettera dell'alfabeto arabo.

Nella pagine accanto: suggestioni di naming e possibili approcci alla creazione di loghi e pattern, guidati dalle pratiche progettuali individuate. Dal manuale di Brand Policy. Credits: Irene Caputo.

LOGO

**COMPOSIZIONE DI LETTERE**  
"fusione" delle culture e creazione di un motivo decorativo che richiama i pattern islamici a partire da una lettera (o più) selezionata da una font identitaria della Nebiolo.

**SPECCHIATURA**  
unione tra lettere specchiate, come se fossero stampate, in modo da creare un elemento grafico identitario.

**LOGOTIPO**  
utilizzo del solo logotipo (senza pittogramma) usando una font Nebiolo.

11

PATTERN

Alcuni esempi del processo di costruzione

**Eurostile**

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

>

>

**STOP**

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

>

>

**neon**

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

>

>

16

# Parte 5

# Il progetto

## Elementi d'identità visiva del nuovo Centro Culturale Islamico

*L'ultima fase del processo progettuale della presente tesi: lo sviluppo dei principi dell'identità visiva per il Centro Culturale Islamico. Questi principi sono emersi come risultato dell'analisi e della comprensione di tutte le ricerche condotte nel contesto del progetto scientifico del Politecnico di Torino, che includono considerazioni socioculturali e territoriali, nonché il documento del progetto di massima della comunicazione (il manuale di brand policy).*

*Nel capitolo seguente, saranno descritti i processi che, partendo dalla definizione di un concept di comunicazione, hanno condotto alla creazione degli elementi che costituiscono una base solida per il futuro sviluppo dell'identità visiva da parte degli studi di comunicazione o dei professionisti a cui verrà affidato il progetto in fase successiva.*

## 10.1 Definizione del concept di comunicazione

Un concept di comunicazione è lo strumento principale per la trasmissione dei valori su cui il progetto si fonda. L'elaborazione di quest'ultimo si basa sull'analisi e la comprensione delle ricerche effettuate nel contesto del progetto scientifico condotto dal Politecnico di Torino. Inoltre, esso tiene conto delle considerazioni emerse dal sistema metaprogettuale e dal manuale di brand policy. L'obiettivo è giungere alla definizione di un'idea trainante che sosterrà il sistema di comunicazione visiva del progetto.

La definizione del concept unisce le affinità formali tra il mondo visivo islamico e la storia tipografica delle fonderie Nebiolo. Nella ricerca di un punto d'incontro tra questi due universi, è stato individuato un terreno fertile nei concetti di *parola* e di *ornamento*.

Il concetto di "parola" rappresenta l'importanza e la sacralità del testo scritto nell'Islam, che svolge un ruolo centrale nella trasmissione della fede e dei messaggi divini. Nell'ambito della comunicazione visiva, la parola acquisisce una dimensione estetica attraverso la scrittura calligrafica araba. L'idea di "parola" trova un'interessante correlazione anche con il mondo delle fonderie Nebiolo, in particolare quando essa viene utilizzata per mettere in mostra un carattere tipografico e le sue varianti, come accade all'interno dei campionari di caratteri.

Il concetto di "ornamento" richiama l'estetica e la ricchezza visiva presenti nell'arte islamica, caratterizzata da motivi geometrici, e pattern decorativi. L'elemento del fregio tipografico rappresenta l'intersezione tra la parola e l'ornamento. Questo elemento distintivo e unico diventa parte integrante del concept di comunicazione, permettendo di esprimere l'identità visiva del Centro Culturale Islamico, che si basa sull'incontro armonioso tra la ricchezza della tradizione islamica e l'eredità tipografica delle fonderie Nebiolo.

## 10.2 Il naming

La scelta del nome per il Centro Culturale rappresenta il primo passo fondamentale per definire la sua identità e ha la capacità di trasmettere i valori che lo caratterizzano. Questo processo consente di sfruttare appieno la capacità del concept di comunicazione delineato di generare elementi identitari significativi per il progetto.

Nell'interpretazione del concept di comunicazione, si è presa la decisione di concentrarsi sull'idea di "parola". Oltre alle evidenti connessioni tra la cultura islamica e il mondo della stampa a caratteri mobili, il concetto di "parola" porta con sé un altro importante significato: rappresenta l'elemento fondamentale del dialogo, in questo caso, il dialogo *tra culture*.

Il nome scelto per il Centro Culturale, "*Kalima*", che significa *parola* in arabo, rappresenta appieno l'identità del luogo e rispecchia i principi di contestualità e pronunciabilità. L'utilizzo di una parola in lingua araba permette una contestualizzazione immediata della cornice culturale di riferimento e al tempo stesso risulta accessibile a livello fonetico a prescindere dalla lingua delle varie utenze.

Al *naming* primario è stato scelto di associare un *payoff*, che ha il compito di enfatizzare lo spirito interculturale del Centro, richiamando al contempo la sua storia e il contesto in cui si colloca. Il *payoff* selezionato, "fonderie culturali", è una delle opzioni di *naming* emerse dalle proposte presenti del manuale di *brand policy* (originariamente "fonderia culturale") ed è particolarmente adatto a descrivere il rapporto tra passato e futuro del luogo nella trasformazione da fonderie di caratteri tipografici a centro culturale.

La scelta di un nome che richiami l'importanza della parola e del dialogo tra le diverse culture riflette l'intento del Centro Culturale di promuovere l'incontro, lo scambio e la comprensione reciproca tra le diverse comunità presenti nel territorio. Questo *naming* contribuisce a creare un'identità forte e significativa per il Centro, che si propone di essere un luogo di convergenza e di arricchimento culturale per tutti coloro che vi partecipano e lo visitano.

### 10.3 Sviluppo di un carattere tipografico a supporto dell'identità visiva

Nell'ambito dello sviluppo dell'identità visiva delle "fonderie culturali", un elemento distintivo è rappresentato dal carattere tipografico creato appositamente per il progetto. La creazione di un carattere tipografico personalizzato permette di conferire al Centro una forte individualità e coerenza visiva, garantendo al contempo una connessione significativa con le afferenze formali tra il mondo visivo islamico e la storia tipografica delle fonderie Nebiolo. Questo punto di incontro tra le due influenze concettuali, come esplicitato nel concept di comunicazione, si concretizza nelle idee di "parola" e "ornamento", le quali trovano un'intersezione particolarmente interessante nell'elemento del fregio tipografico.

L'idea alla base del progetto è quella di creare un sistema di scrittura fortemente decorativo e dai richiami meccanici, che riesca a rappresentare efficacemente lo spirito interculturale del Centro. Il disegno del carattere è influenzato da alcune suggestioni visive: da una parte alcuni caratteri tipografici originali di produzione Nebiolo, come "Fregio Razionale" (disegnati da Giulio da Milano) e "Fregio Mecano" – entrambi con una struttura modulare – e dall'altra parte dallo stile calligrafico arabo del cufico quadrato, anch'esso costruito su una griglia modulare quadrata. Questo carattere è stato progettato seguendo una griglia 5x5 e i moduli utilizzati per costruire le lettere sono digitalizzazioni di fregi originali di produzione Nebiolo, provenienti dai campioni di caratteri degli anni '30 e dai cassetti dell'Associazione Archivio Tipografico. L'utilizzo della griglia come base per la costruzione delle lettere conferisce al carattere una struttura regolare e ordinata. Ognuno dei tre moduli di base del carattere è stato attentamente selezionato tra fregi che avessero un'esplicita costruzione geometrica e che, grazie alla loro capacità combinatoria, permettessero la creazione di pattern e di estensione su intere superfici.

La scelta di utilizzare fregi provenienti da fonti storiche legate alle fonderie Nebiolo dona al carattere una

connessione autentica con la storia tipografica del luogo che ospita il Centro Culturale. Questa fusione tra l'eredità storica della fonderia Nebiolo e il design contemporaneo crea un carattere che esprime l'incontro tra passato e presente.

Nella fase iniziale del progetto relativo al carattere tipografico, è stata pianificata la creazione di tre varianti dell'alfabeto maiuscolo latino, che comprende lettere, numeri e segni di punteggiatura di base. Ciascuna variante è stata sviluppata basandosi su uno dei fregi selezionati come moduli fondamentali. Tale approccio offre la possibilità di utilizzare in maniera coerente le tre diverse varianti del carattere, consentendone la combinazione per creare composizioni tipografiche originali e rafforzare l'idea di "fusione" tra diverse culture.

Le qualità geometriche del carattere tipografico offrono inoltre la possibilità, con il supporto di professionisti di madrelingua araba, di adattarlo al sistema di scrittura arabo, nello specifico allo stile calligrafico del cufico quadrato. Tale ampliamento consentirebbe di adattare il carattere alle esigenze specifiche dell'alfabeto arabo, contribuendo a una maggiore coerenza e integrazione tra i diversi sistemi di scrittura utilizzati nel contesto del Centro Culturale.

Il carattere rappresenta un connubio armonioso tra l'estetica islamica, i valori della fonderia Nebiolo e la funzionalità tipografica contemporanea. Questo carattere personalizzato diventa uno strumento di comunicazione unico e riconoscibile utilizzabile per trasmettere l'identità del Centro Culturale e promuovere i suoi valori di apertura, dialogo e multiculturalità.

Sia che venga utilizzato per logotipi, materiali stampati o applicativi digitali, il carattere offre una solida base per sviluppare l'identità visiva del Centro Culturale. Esso riflette l'attenzione al dettaglio, la storia condivisa e l'impegno nell'esplorare le connessioni tra culture diverse.

In conclusione, il carattere tipografico sottolinea l'unicità e l'identità del Centro Culturale, creando un legame visivo tra la tradizione tipografica e l'obiettivo di promuovere l'interculturalità. Questo carattere rappresenta

un elemento essenziale nella comunicazione visiva del Centro, offrendo un linguaggio distintivo e coinvolgente per condividere il suo messaggio con il pubblico.

#### 10.4 Pattern e colori

In seguito alla progettazione del carattere tipografico, sono stati presi in considerazione alcuni elementi aggiuntivi volti a conferire personalità e riconoscibilità all'identità visiva del Centro. Uno di questi aspetti riguarda l'utilizzo di pattern decorativi, la cui versione iniziale è stata ottenuta mediante la ripetizione dei moduli di base che compongono il disegno del carattere tipografico su un'intera area o parti di essa, seguendo l'estensione della griglia. Questo approccio offre la possibilità di estendere i pattern su superfici più ampie e può essere utilizzato come sistema per creare illustrazioni basate sullo stesso principio che genera il carattere tipografico. Ad esempio, estendendo la griglia a una base di 25x25 ripetizioni e posizionando i moduli in modo creativo, è possibile generare inedite composizioni con un forte impatto decorativo. Una soluzione aggiuntiva per la generazione di pattern è ottenibile attraverso l'uso ripetuto di glifi del carattere tipografico realizzato, sperimentando con la sovrapposizione delle aree di testo e dei colori.

Oltre all'utilizzo dei pattern, è stato dato ulteriore supporto all'identità visiva del Centro Culturale attraverso la progettazione della sua componente cromatica. Le scelte effettuate in questa fase sono il risultato di riflessioni derivate dalla ricerca specifica sul tema. Il colore, come precedentemente menzionato, riveste un ruolo di grande importanza poiché molti possiedono significati simbolici e allegorici che sono profondamente legati alla spiritualità e alla trasformazione dell'individuo.

La scelta dei colori che compongono l'identità visiva è guidata sia dai significati storici e culturali legati al colore nella tradizione islamica, che da esigenze funzionali ed estetiche. I colori selezionati per il progetto sono il risultato dell'osservazione e dello studio delle tonalità

ricorrenti nella cultura islamica, in particolare nell'ambito dell'architettura e delle decorazioni geometriche e calligrafiche, nonché delle loro connotazioni spirituali. Sono state scelte due coppie di colori che, attraverso la loro sovrapposizione, generano due ulteriori tonalità: un blu cobalto e un rosso vivo che, sovrapposti, creano un tono malva scuro; un turchese perla e un giallo sabbia che, combinati insieme, generano una sfumatura di verde salvia. Grazie a questo tipo di gestione dei colori viene ancora una volta ricordata l'idea di "fusione" culturale, valore portante dell'identità del Centro.

L'utilizzo del codice cromatico selezionato si articolerà attraverso approcci principalmente decorativi e funzionali. I colori saranno impiegati per arricchire gli elementi grafici e strutturali, ad esempio per creare sfondi decorativi o supporti visivi per trasmettere informazioni attraverso testi. Inoltre, verranno utilizzati per differenziare le varie aree del centro nel sistema di segnaletica, offrendo un'indicazione visiva chiara agli utenti. Altresì, il codice cromatico sarà sfruttato per creare una distinzione visiva nei testi multilingua, fornendo un codice colore specifico per ciascuna lingua (come mostrato nell'esempio sottostante).

Italiano	FONDERIE CULTURALI
Arabo	المسابك الثقافية
Inglese	CULTURAL FOUNDRIES
Francese	FONDERIES CULTURELLES

## 10.5 Tipografia e caratteri ausiliari

L'identità visiva del Centro Culturale include l'impiego di caratteri tipografici aggiuntivi, in aggiunta al carattere personalizzato utilizzato per titoli, parole e lettere di grandi dimensioni. Tale decisione è stata presa con l'obiettivo di creare una comunicazione visiva completa, capace di adattarsi alle diverse necessità di lettura e di linguaggio presenti all'interno del Centro.

Attraverso un processo di curatela sono stati selezionati alcuni caratteri disegnati e prodotti proprio dalle fonderie Nebiolo. L'inclusione di questi iconici caratteri nel sistema tipografico del Centro Culturale contribuisce a fortificare il legame con la storia e con l'eredità tipografica, creando un ponte tra il passato e il presente del luogo.

All'interno del logotipo del Centro Culturale, per comporre il *payoff* "fonderie culturali", è stato selezionato il carattere "Microgramma", disegnato nel 1952 da Alessandro Butti. Oltre a essere uno dei caratteri più rinomati delle fonderie Nebiolo, le sue proporzioni squadrate e le curve rigide creano un abbinamento armonioso con il carattere personalizzato sviluppato per l'identità visiva del Centro. Microgramma inoltre risulta adatto per la composizione di testi e parole di grandi dimensioni.

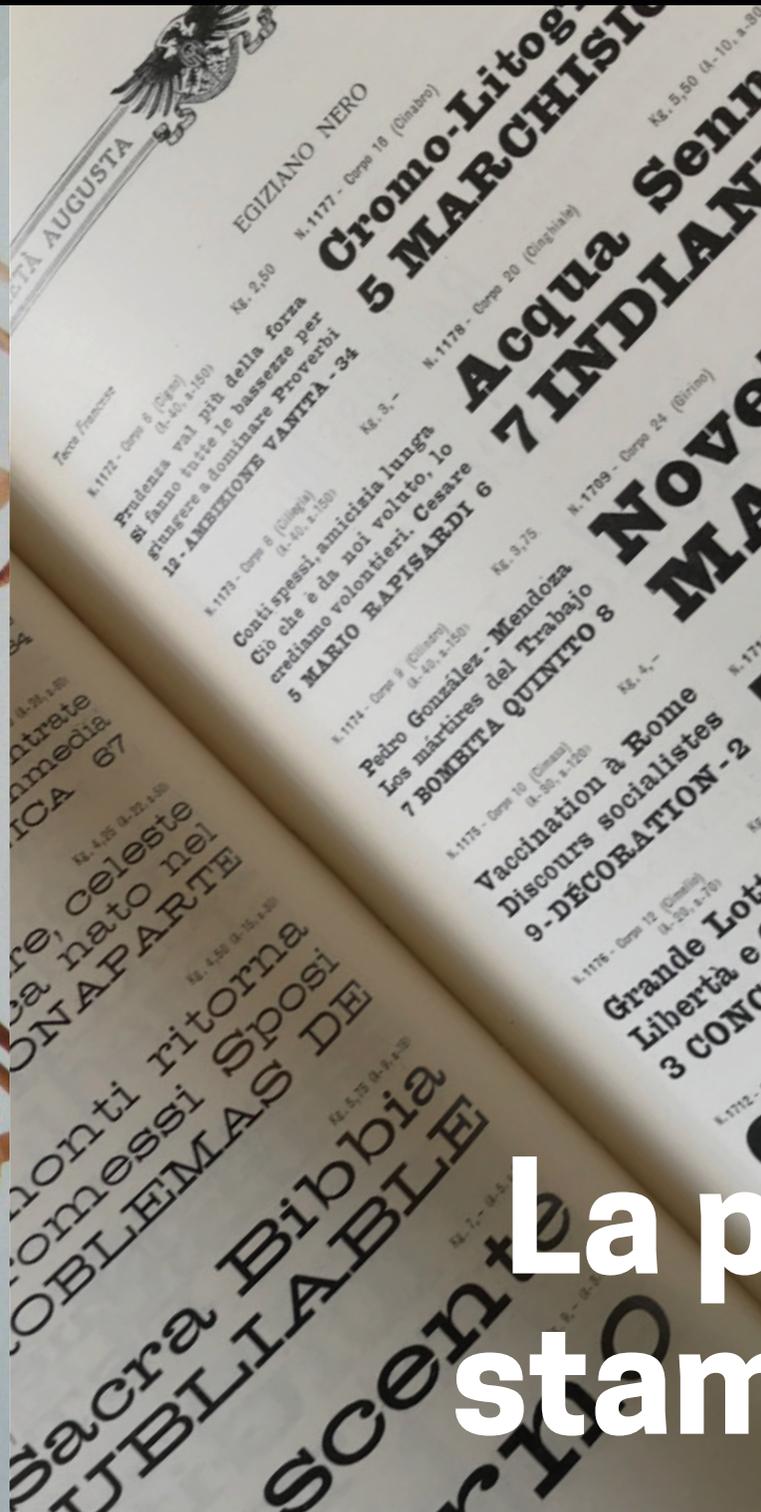
Un'altra famiglia di caratteri presa in considerazione è "Recta", disegnata da Aldo Novarese nel 1958. Caratterizzata da una struttura lineare e terminazioni nette, Recta è adatto per l'impaginazione di testi correnti, la segnaletica ed eventuali pannelli espositivi o striscioni, nonché per l'utilizzo su piattaforme digitali.

Infine "Garaldo", il progetto di revival del carattere "Garaldus" (presentato da Novarese nel 1956). Questo carattere, ispirato alla tradizione veneziana del Cinquecento, comprende gli stili tondi e corsivi ed è adatto per la composizione di testi correnti o brevi frasi, sia su supporti digitali che cartacei.

# La parola scritta

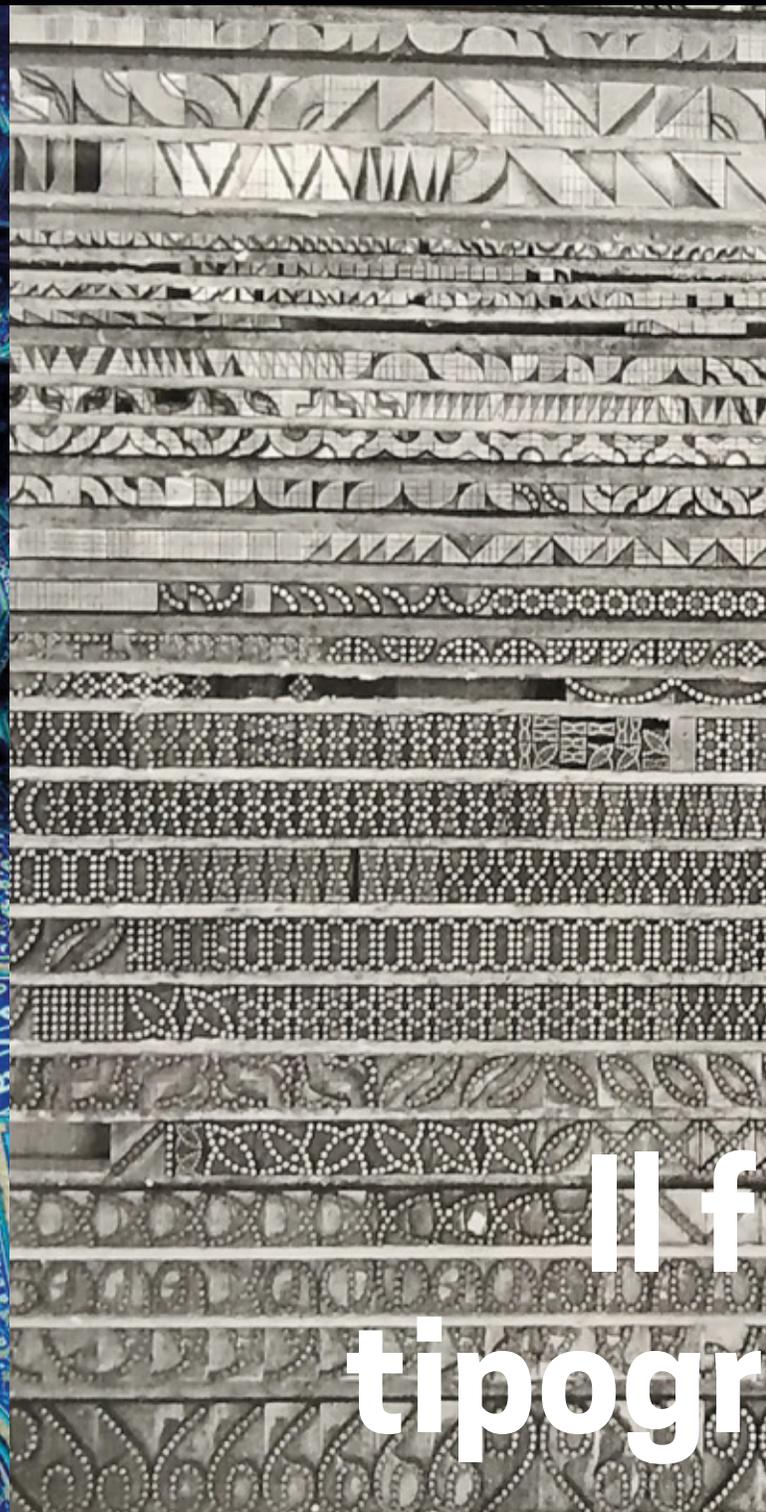
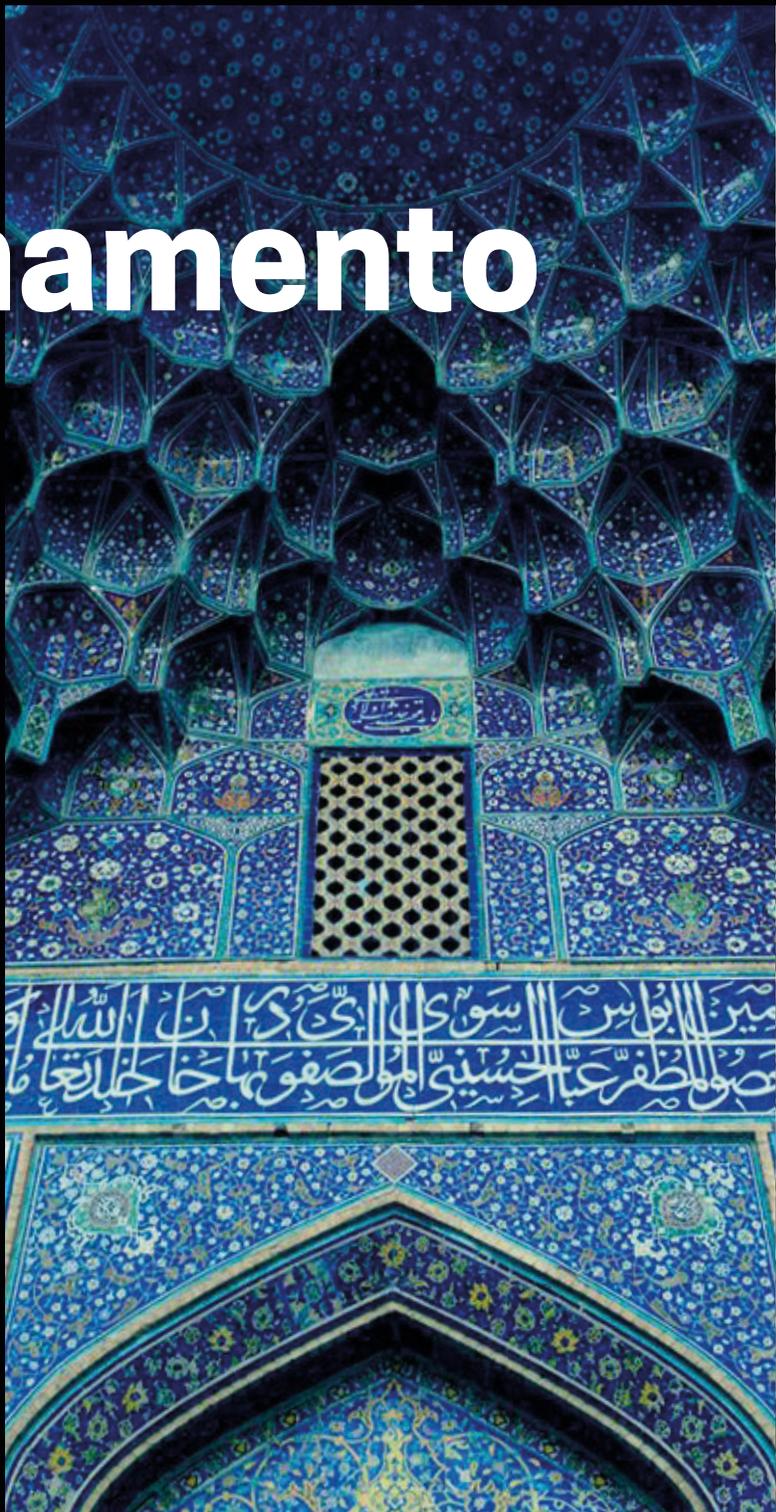


Afferenze tra il ruolo spirituale della parola scritta nella cultura islamica e la funzione estetica della parola stampata nei campionari dei caratteri.



# La parola stampata

# L'ornamento



**Il fregio  
tipografico**

Assonanze formali tra l'ornamento architettonico islamico e la modularità del fregio tipografico.

**FREGIO GEOMETRICO**  
SERIE 206

Collezione completa (Scarnamenti) Kg. 3, -

MOTIVI D'APPLICAZIONE

FREGI DI CONTORNO - CORPO 12

Minimo di ordinazione Kg. 1

Minimo di ordinazione Metri 1

119 u. 1 2 121 u. 2 1

1056 u. 1 2 1060 u. 2 1

104 u. 1 2 124 u. 2 1

336 u. 1 2 296 u. 2 1

101 u. 1 111 u. 1

103 u. 1 2 123 u. 2 1

106 u. 1 118 u. 1

128 u. 1 2 129 u. 2 1

115 u. 1 2 295 u. 1

117 u. 1 134 u. 2 1

113 u. 1 2 18 u. 2 1

1054 u. 1 2 1058 u. 2 1

138 u. 1 2 132 u. 2 1

136 u. 1 143 u. 1

1085 u. 1 2 1086 u. 2 1



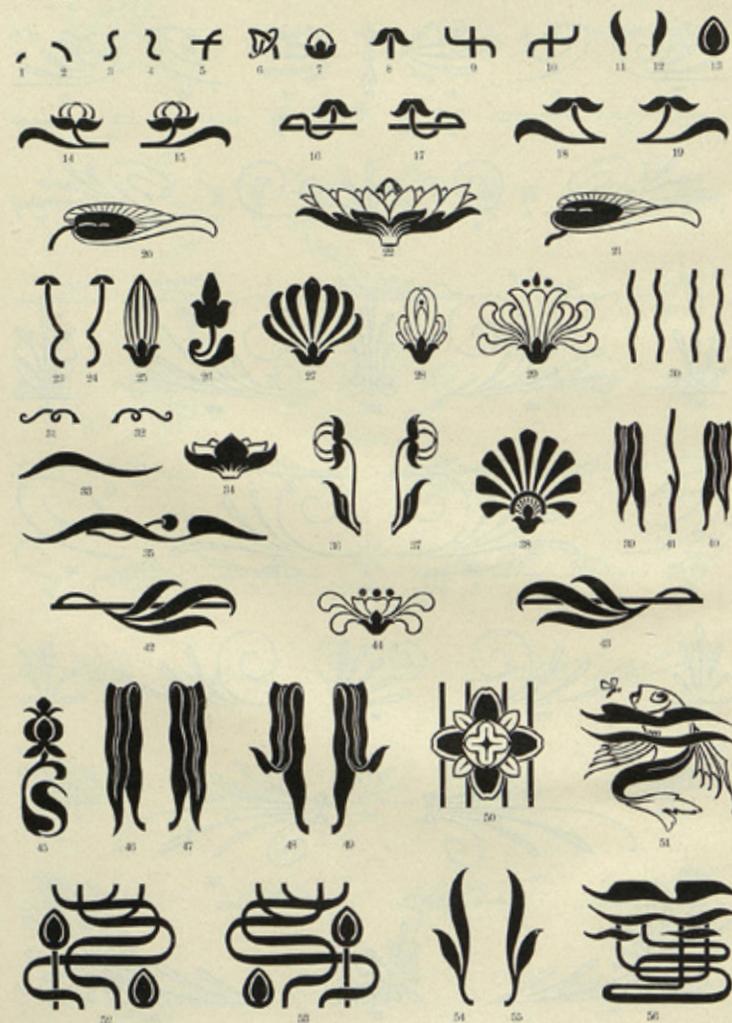
- [ 200 ] -

Pagine estratte da Campionario  
Caratteri e Fregi Tipografici,  
Parte III. Società Nebiolo,  
Torino. 1928.

# FREGIO FLOREALE - SERIE 49 U.

PARTE PRIMA

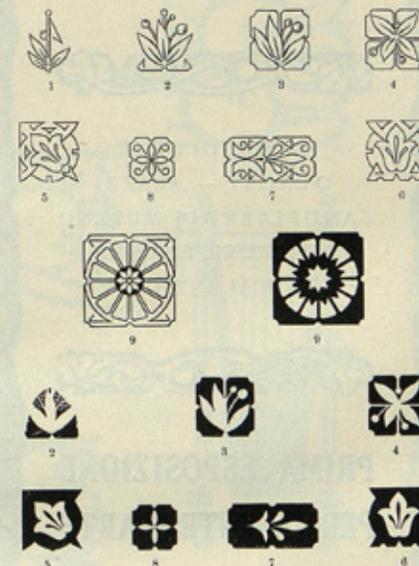
Minimo Kg. 8, più Kg. 1 di fili neri da 2 punti (Stallara)



[ 14 ]

# FREGIO SERIE 67 U.

Minimo solo nero Kg. 3 (Sbiancare)  
Minimo a due colori Kg. 6 (Sbiancato)



[ 43 ]



## FREGI PER FONDI

N. 224 U. - Corpo 24



N. 222 U. - Corpo 24



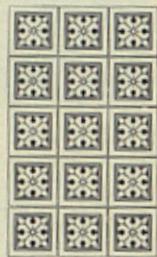
N. 182 U. - Corpo 18



N. 242 U. - Corpo 24



N. 25 - Corpo 18



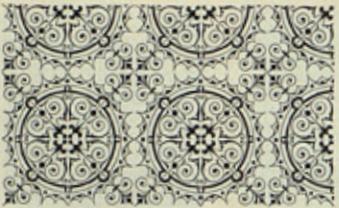
N. 26 - Corpo 18



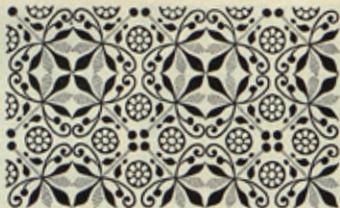
N. 184 U. - Corpo 18



N. 33 - Corpo 24

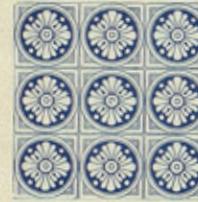


N. 28 - Corpo 24



## FREGI PER FONDI

N. 29 - Corpo 24



N. 176 U. - Corpo 18-24



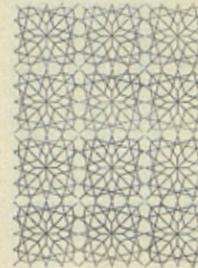
N. 243 U. - Corpo 24



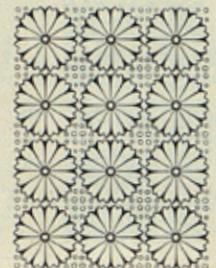
N. 40 - Corpo 36



N. 27 - Corpo 24



N. 31 - Corpo 24



N. 41 - Corpo 36



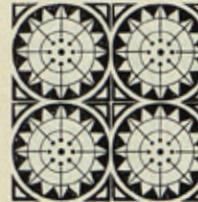
N. 35 - Corpo 30



N. 36 - Corpo 30



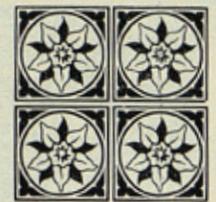
N. 37 - Corpo 36



N. 39 - Corpo 36



N. 38 - Corpo 36



*Naming:*  
KALIMA, in lingua araba "parola".  
L'elemento fondante del dialogo,  
in questo caso tra culture.

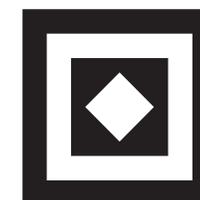
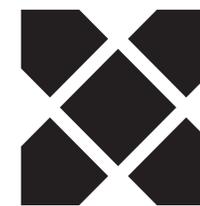
# KALIMA

FONDERIE CULTURALI

*Payoff:*  
con il nome "fonderie culturali"  
si intende connotare lo spirito  
interculturale del Centro,  
riferendosi al contempo alla storia  
del luogo che lo ospiterà.

S P E R I M E N T A R E  
CON  L'UTILIZZO  DI  
FREGI  TIPOGRAFICI  
GEOMETRICI, SFRUTTANDO  
LA  LORO  CAPACITÀ  
C O M B I N A T O R I A  
PER  LA  CREAZIONE  
DI PATTERN E DI UN  
C A R A T T E R E  
P E R S O N A L I Z Z A T O  
A  SUPPORTO  
DELL'IDENTITÀ  VISIVA.

Il concept di comunicazione  
sarà l'idea trainante della  
progettazione degli elementi  
d'identità visiva.

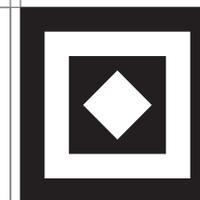


Digitalizzazione di fregi tipografici  
provenienti dai campionari  
originali delle fonderie Nebiolo  
e dai casseti dell'Associazione  
Archivio Tipografico.

Una griglia 5x5 accoglie i moduli di base per la creazione del carattere tipografico.

206

Un nuovo volto per le ex Fonderie Nebiolo



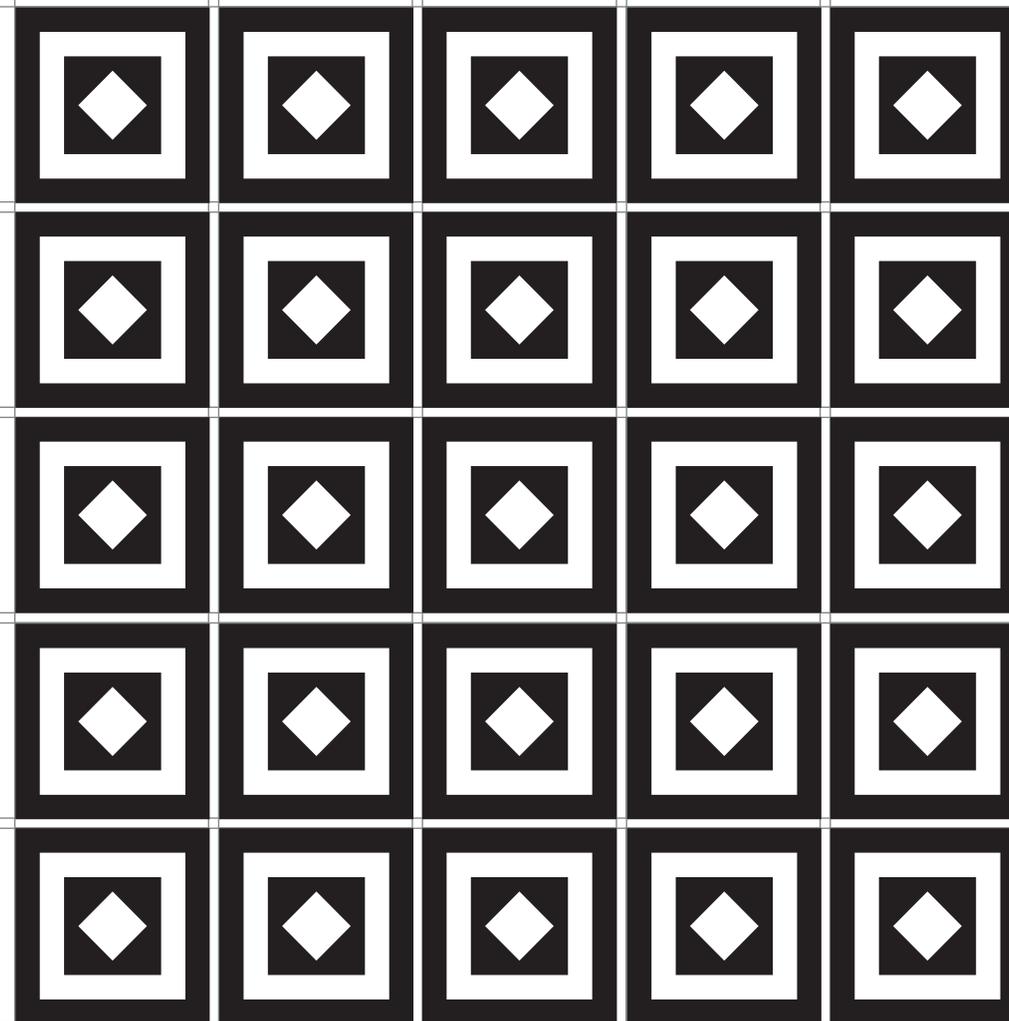
207

Parte 5 - Il progetto

I moduli si ripetono, estendendosi sull'intera superficie della griglia...

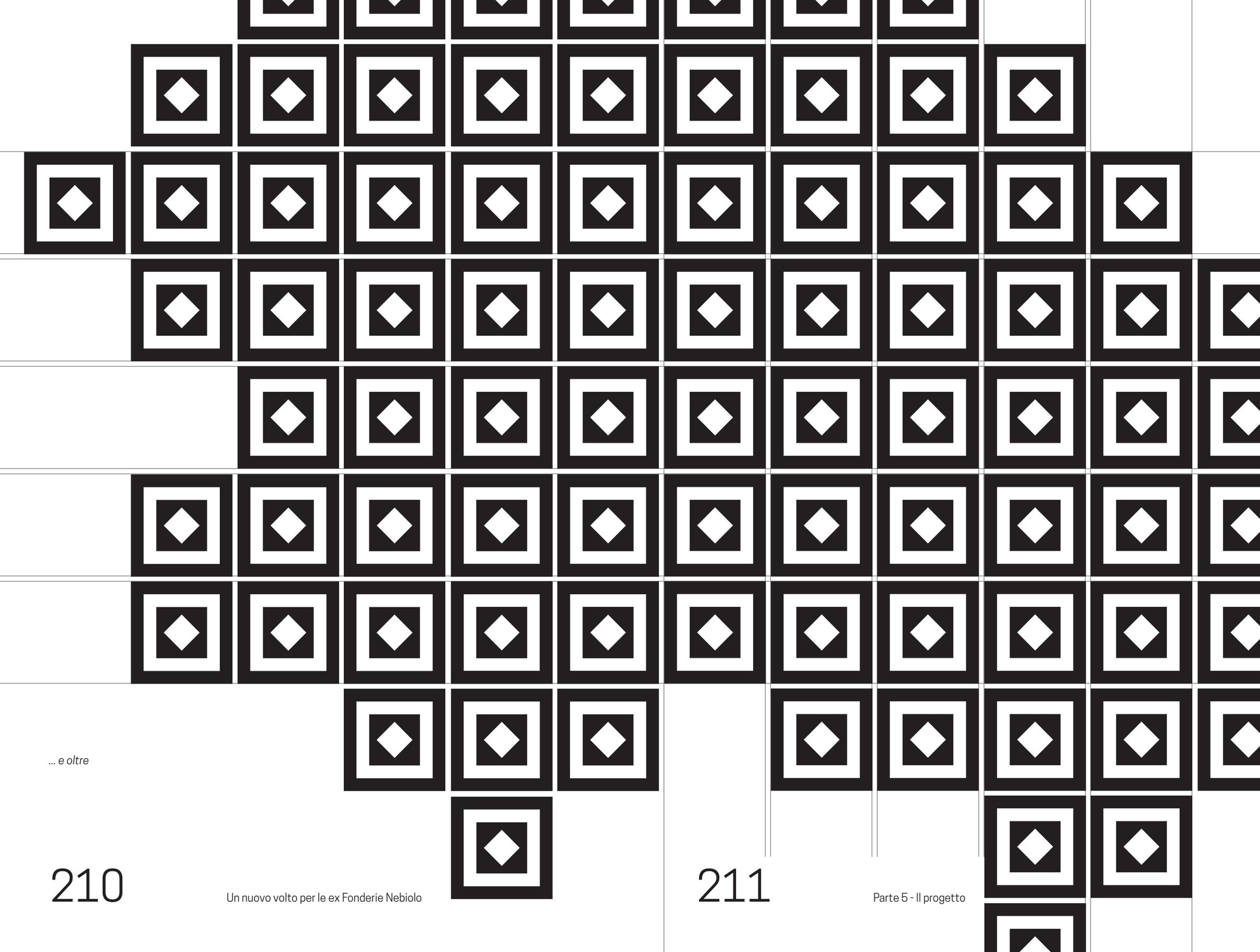
208

Un nuovo volto per le ex Fonderie Nebiolo



209

Parte 5 - Il progetto



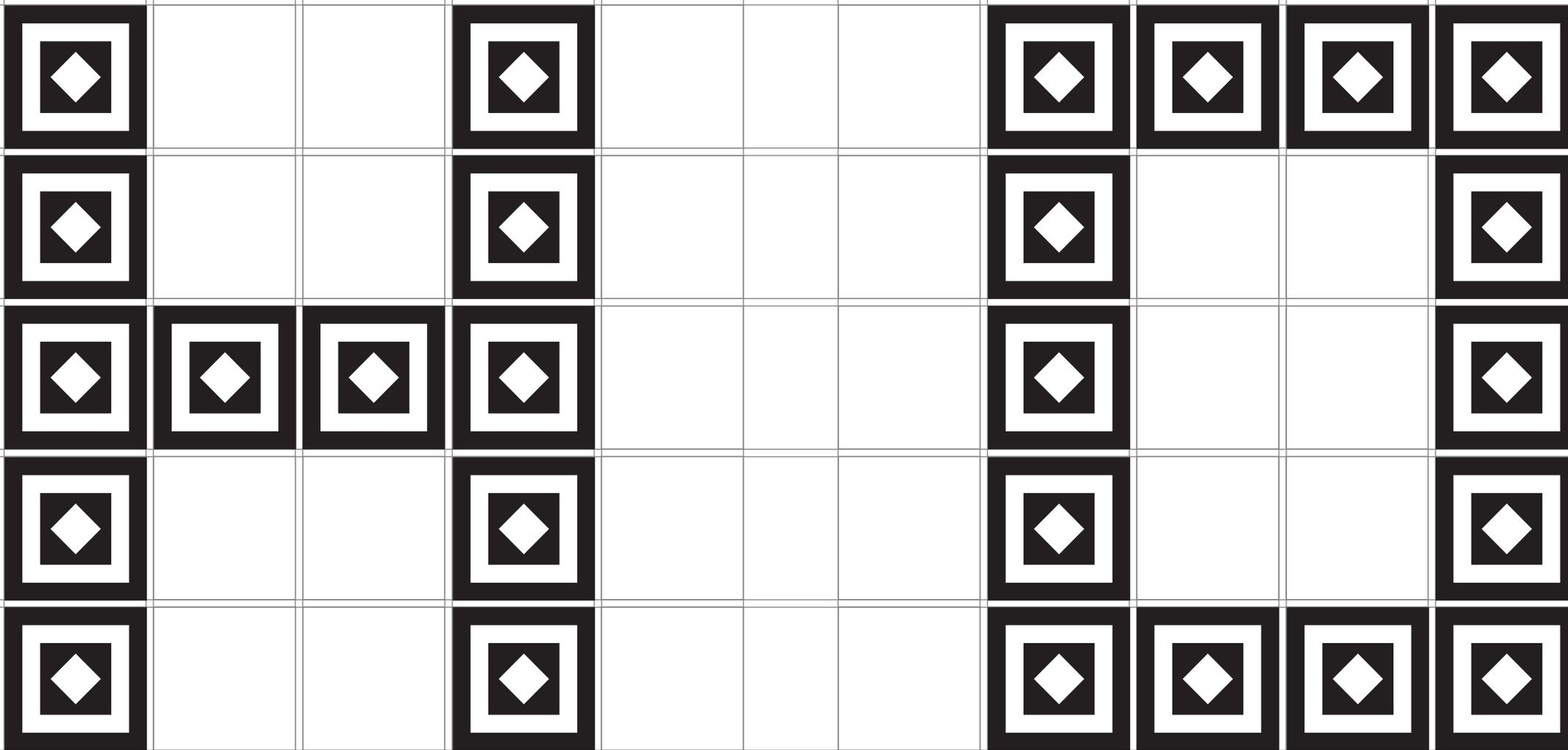
... e oltre

210

Un nuovo volto per le ex Fonderie Nebiolo

211

Parte 5 - Il progetto



Sottraendo i moduli dalla griglia si ottengono le forme dei glifi che compongono la famiglia del carattere tipografico e le sue varianti stilistiche.

212

Un nuovo volto per le ex Fonderie Nebiolo

213

Parte 5 - Il progetto



Il carattere tipografico è composto da tre differenti set stilistici di lettere maiuscole e punteggiatura di base, caratterizzati dalla medesima struttura e dal variare del modulo di base.

Questo approccio consente al carattere di essere utilizzato mescolando tra loro i diversi stili, rafforzando il concetto di "fusione" culturale.

ATTRAVERSO

IL TUO FEDECOCCO

POSSESSANO

TRASMETTERE

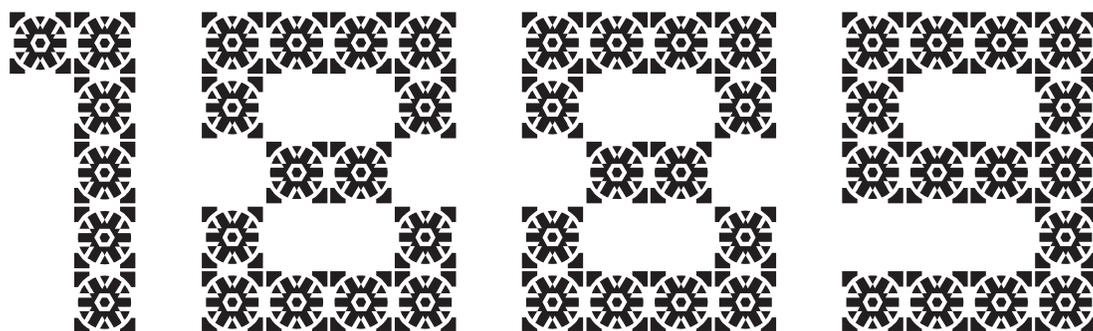
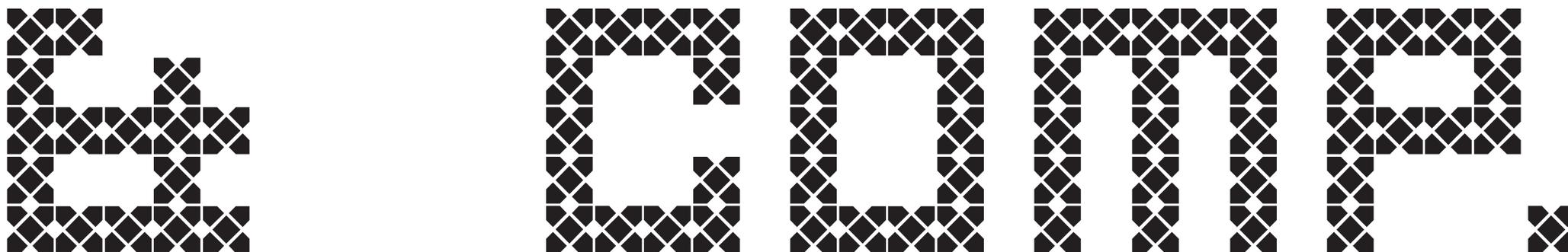
NON SOLO

EMOZIONI

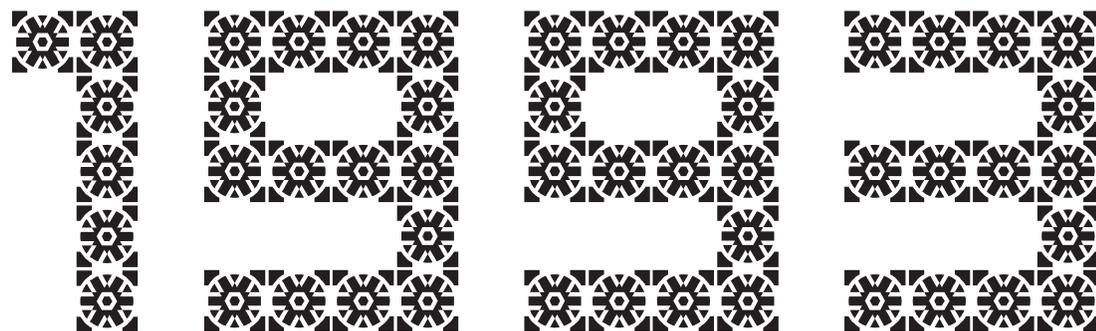
MA ANCHE

VALORI E

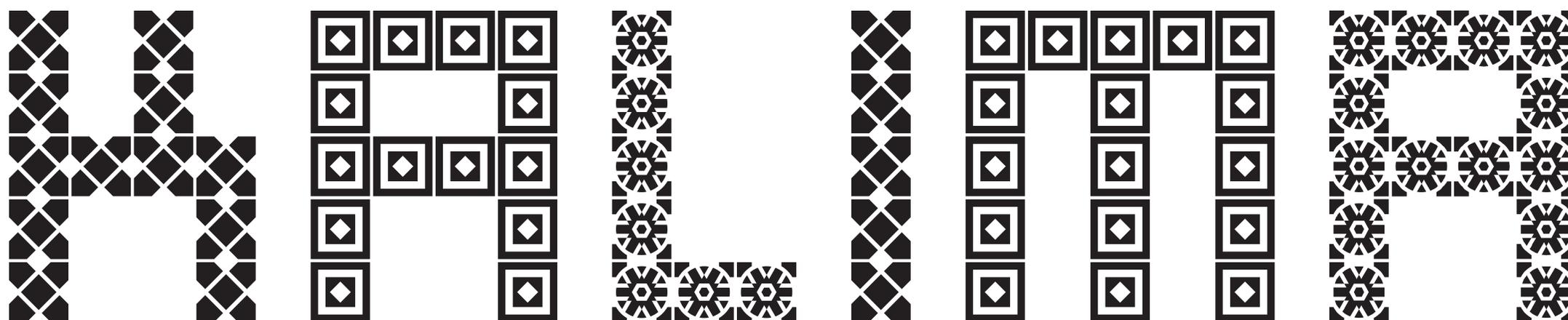
SIGNIFICATI.



Il carattere è pensato per la composizione di parole, titoli e lettere di grandi dimensioni. La sua struttura rigida e geometrica permette, attraverso accostamenti, allineamenti e variazioni stilistiche, la creazione di "superfici" decorate.



Il logotipo del Centro Culturale prende forma, grazie all'utilizzo delle varianti fornite dai set del carattere personalizzato.



FONDERIE CULTURALI

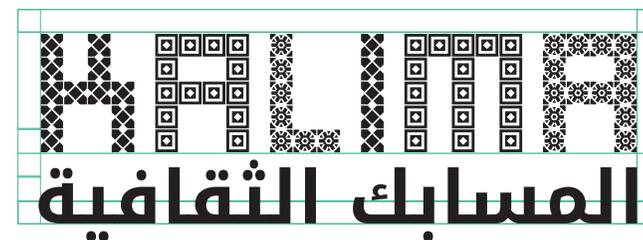
Il *payoff* è composto in carattere "Microgramma" (A. Butti, 1952), uno dei progetti più iconici delle Fonderie Nebiolo. Le sue proporzioni squadrate e le curve rigide si abbinano in modo armonioso con il logotipo.

220

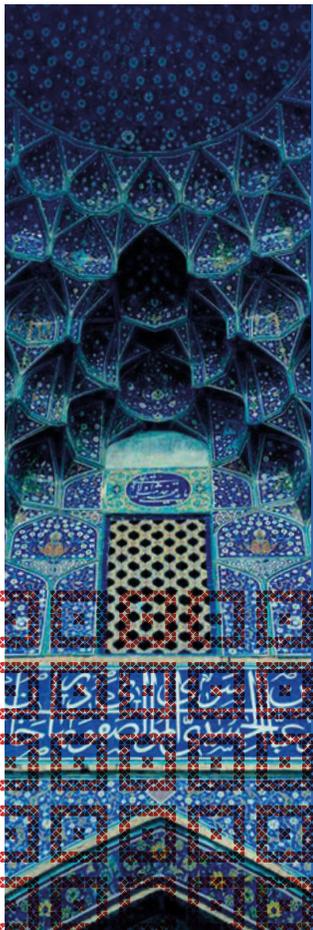
Un nuovo volto per le ex Fonderie Nebiolo

Riduzione e costruzione del logotipo, con traduzione del *payoff* in lingua araba.

221



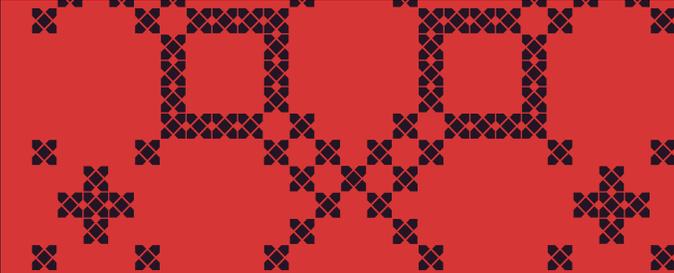
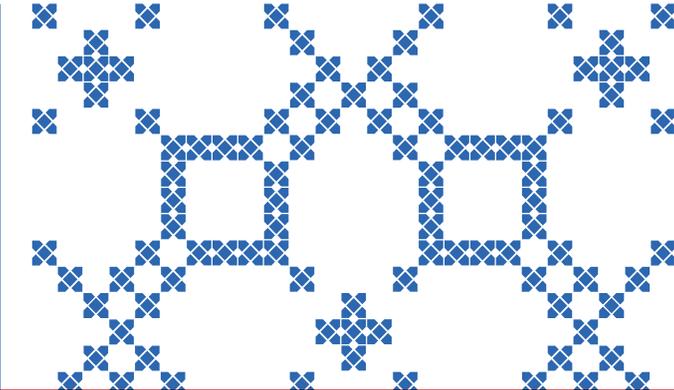
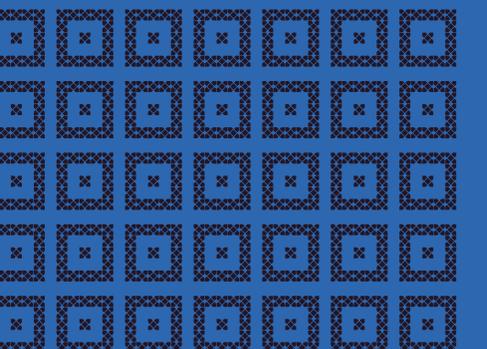
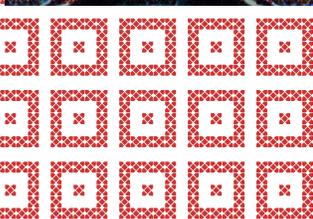
Parte 5 - Il progetto



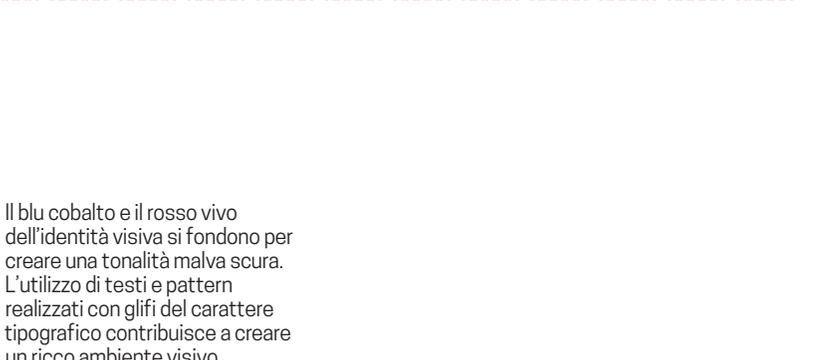
FONDERIE  
CULTURALE

# المسابك الثقافية

“I colori dell’identità visiva si ispirano a elementi, simboli e linguaggi ricorrenti nella cultura visiva del mondo islamico”



MOSTRE  
CONFERENZE  
LABORATORI  
BIBLIOTECA  
CAFFETTERIA  
SALE STUDIO



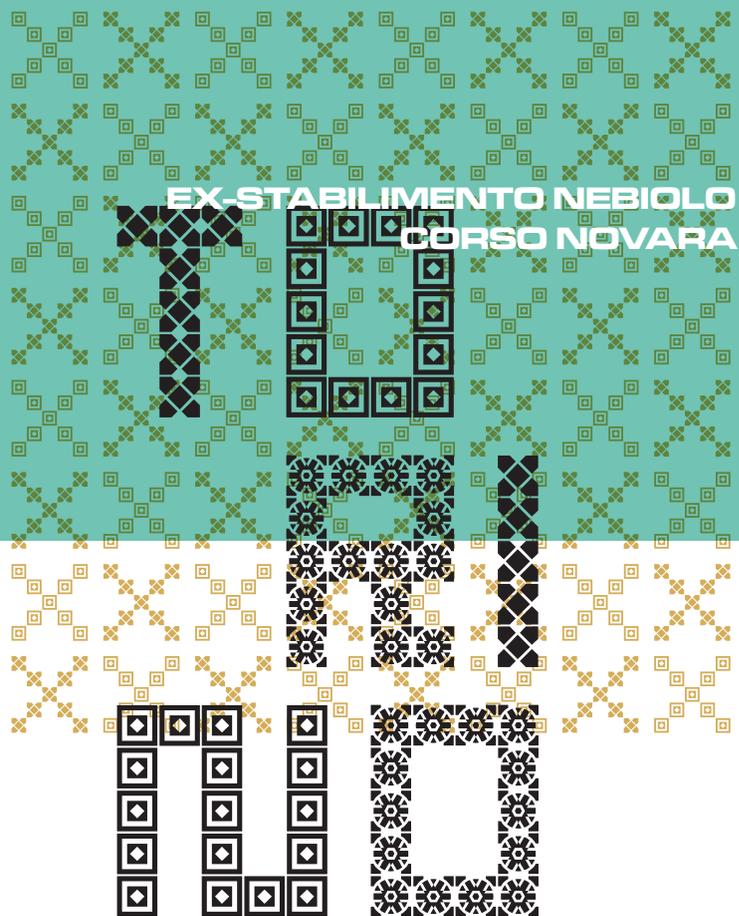
CENTRO  
CULTURALE  
ISLAMICO  
TORINO



Il blu cobalto e il rosso vivo dell’identità visiva si fondono per creare una tonalità malva scura. L’utilizzo di testi e pattern realizzati con glifi del carattere tipografico contribuisce a creare un ricco ambiente visivo.



KALINPA

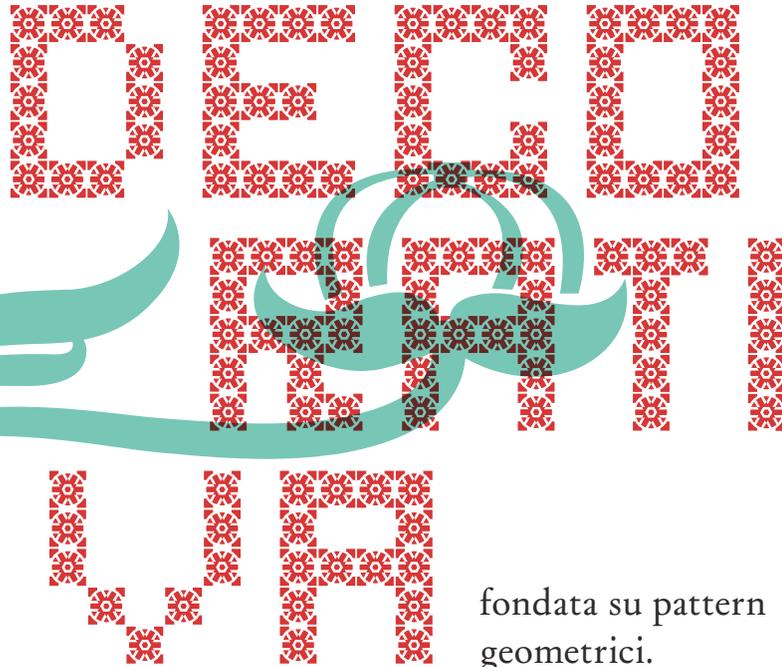


Il turchese perla e il giallo sabbia si fondono in un colore verde salvia. l'ambiente visivo dell'identità viene abitato da segni, pattern e composizioni tipografiche.

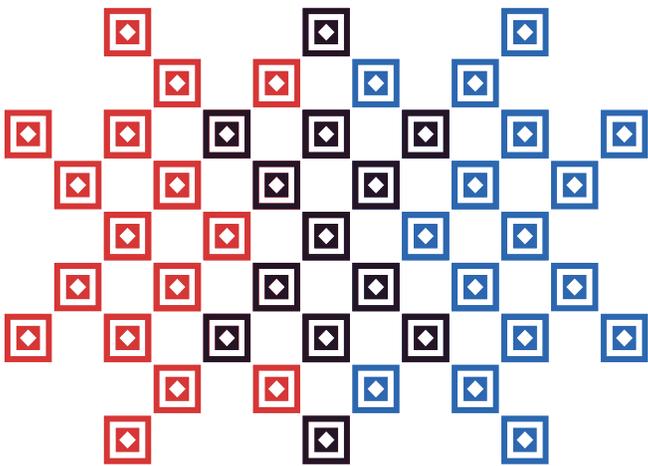




Un'identità visiva

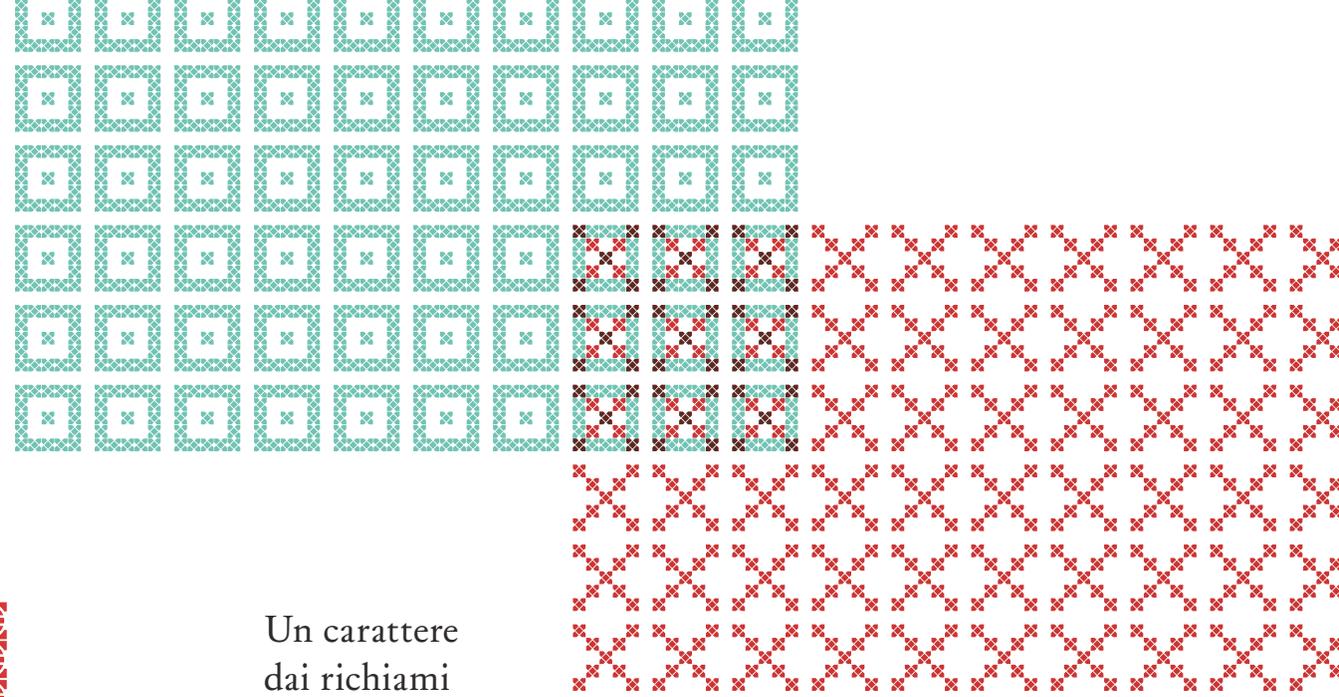


fondata su pattern geometrici.

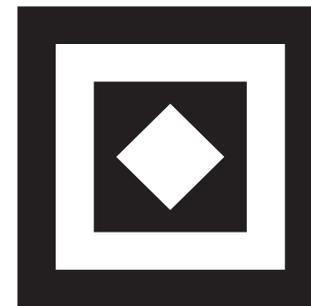
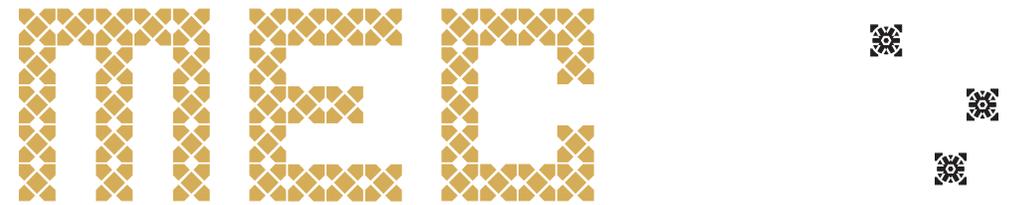


226

Un nuovo volto per le ex Fonderie Nebiolo



Un carattere dai richiami



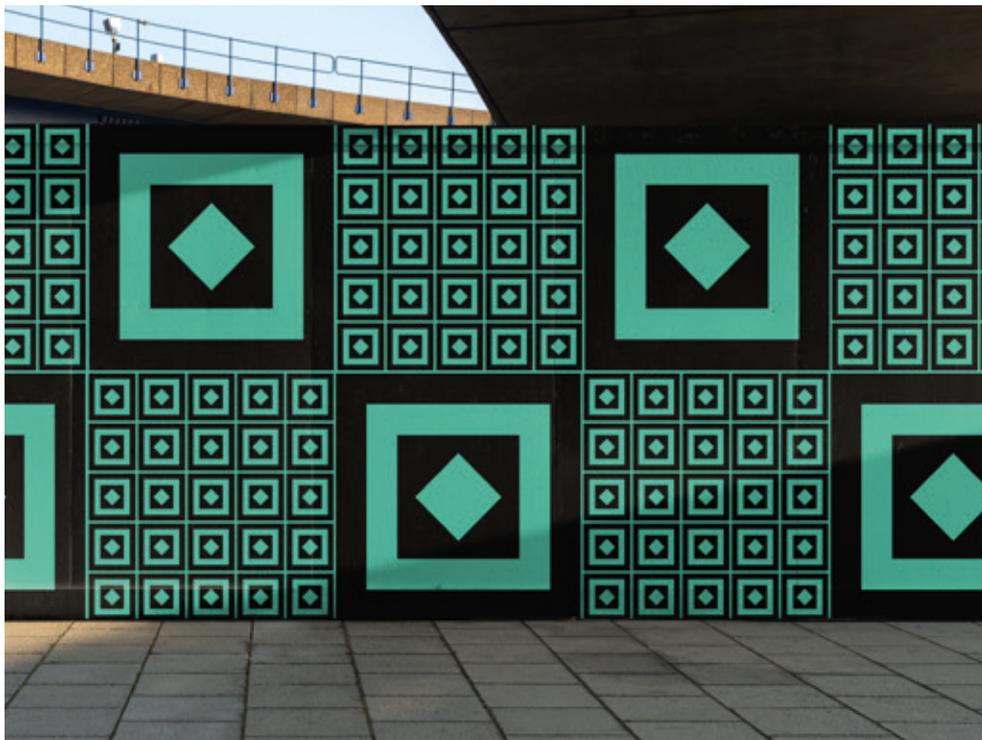
generato da fregi tipografici.

227

Parte 5 - Il progetto



I glifi forniti dalle famiglie del carattere tipografico permettono, attraverso variazioni di colore e set stilistico, un utilizzo decorativo capace di generare ritmo visivo.



Elaborazioni digitali di alcuni supporti, come striscioni, piccoli stampati, decorazioni murali e pannelli.



230

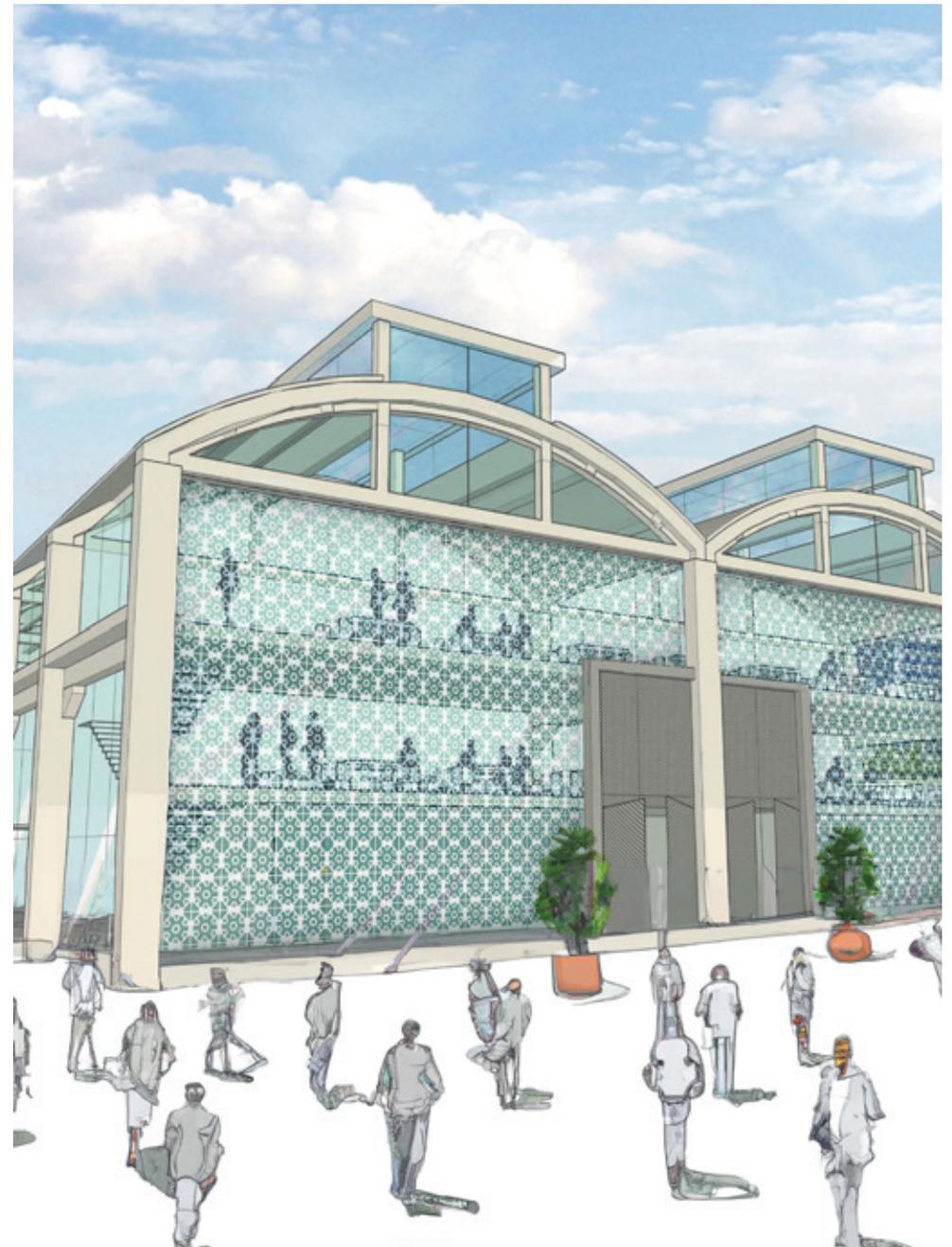
Un nuovo volto per le ex Fonderie Nebiolo

231

Parte 5 - Il progetto



Ipotesi di applicazione degli elementi di identità visiva su striscioni verticali.



Ipotesi di trattamento decorativo della vetrata, con duplice funzione schermante e caratterizzante.



Esempio di applicazione murale per segnaletica e identificazione delle aree del Centro. Utilizzo di codice cromatico per la tipografia multilinguaggio.



Esempio di applicazione su prodotti di *merchandise*. (nell'immagine: borsa con stampa del logotipo).



Esempio di applicazione su piccoli stampati. (nell'immagine: segnalibro).

La presente ricerca ha affrontato come oggetto principale la progettazione di elementi di identità visiva volti a sostenere la ricerca-azione condotta dal Politecnico di Torino, la quale mira – tra gli altri obiettivi – alla creazione di un sistema di comunicazione capace di “raccontare” il passato e il futuro della sede che ospiterà il Centro Culturale Islamico. Basandosi sulle linee guida e sulle pratiche progettuali individuate nel contesto della dissertazione di dottorato sul progetto scientifico del Politecnico di Torino, focalizzata proprio sul Centro in questione, questa tesi si è concentrata sull’individuazione di corrispondenze formali tra la cultura visiva islamica e l’eredità tipografica delle storiche fonderie Nebiolo.

Attraverso l’analisi di casi studio, l’approfondimento dell’evoluzione aziendale delle fonderie Nebiolo, lo studio di linguaggi e simboli ricorrenti all’interno della cultura islamica, la lettura critica di casi di studio e l’interpretazione del progetto di massima della comunicazione, sono stati sviluppati appositi elementi di identità visiva.

Il concept di comunicazione definito in fase progettuale ha consentito di sviluppare tali elementi, che includono un carattere tipografico personalizzato, la selezione accurata di colori e pattern, nonché l’individuazione di caratteri tipografici ausiliari e la presentazione di relativi esempi di utilizzo. Nel complesso, il concept ha trovato la sua dimensione in un’identità visiva fortemente decorativa, fondata su pattern geometrici, e supportata da un carattere tipografico realizzato *ad hoc* che richiama l’estetica meccanica dei fregi tipografici.

In conclusione, gli elementi di identità visiva sviluppati, che combinano la cultura visiva islamica con l’eredità tipografica delle fonderie Nebiolo, rappresentano un punto di partenza per la creazione di una comunicazione visiva coerente e incisiva. Si auspica che questi risultati possano fornire un contributo significativo alla valorizzazione e alla promozione del Centro Culturale, consentendo di narrare la sua storia e di proiettare il suo futuro in modo efficace e coinvolgente.

## Bibliografia

- Al Radaideh, E. (2020). *The Arabic Designer's Handbook*. School of Art, George Mason University: Mason.
- Bloom, J. M. (2001). *Paper Before Print. The History and Impact of Paper in the Islamic World*. Yale University Press: Londra.
- Bonini Baraldi, S., Governa, F., Salone, C. (2021). *Rappresentazioni dei "margin" e rigenerazione urbana a Torino*. In Molinari, P. (a cura di). *Periferie europee. Istituzioni sociali, politiche, luoghi (Il Tomo). Una prospettiva geografica*. FrancoAngeli open access.
- Caputo, I. (2023). *Il patrimonio culturale come mezzo di identità e dialogo interculturale. futuri scenari e strumenti della ricerca in design: un caso applicativo per lo sviluppo di un nuovo Centro Culturale a Torino*. Supervisor Prof. Marco Bozzola, (Dipartimento di Architettura e Design Politecnico di Torino). Torino: Politecnico di Torino.
- Chebel, M. (1997). *Dizionario dei Simboli Islamici*. Edizioni Arkeios: Roma.
- Elger, R., Stolleis, F. (a cura di)(2002). *Piccolo dizionario dell'islam. Storia, cultura, società*. Giulio Einaudi editore: Torino.
- El Said, I. Parman, A. (1976). *Geometric Concepts in Islamic Art*. Londra.
- Massari, M. (2006). *Islamofobia. La Paura e l'Islam*. Editori Laterza: Bari.
- Nasr, S. H. (1996). *Islamic Art and Spirituality*: Tehran, Iran.
- Niessen, B. (2019). *Cosa sono i nuovi centri culturali, l'avanguardia della trasformazione culturale*. In Almanacco "Che Fare". Disponibile al link: <https://www.che-fare.com/almanacco/politiche/comunita/cosa-sono-nuovi-centri-culturali/>.
- Sutton, D. (2007). *Islamic Design. A Genius for Geometry*. Walker Books/Bloomsbury Publishing: USA.
- Tomatis, D. (2017). *Studio Artistico Nebiolo. An example of art direction in the Italian type design industry*. Tesi di Master in Master Type Design. Supervision: Daly, W., Fruh, R. Lausanne: ECAL.
- Wilson, E. (1988). *Islamic Designs*. British Museum Publications: Londra.

## Sitografia

- "Vivoin. Il portale dedicato a Barriera di Milano e Aurora, quartieri di Torino". Ultimo accesso: maggio 2023. <http://www.vivoin.it/>
- Wade, D. "Pattern in Islamic Art". Ultimo accesso: luglio 2023. <https://patternislamicart.com/>
- "Islam Torino. Il Portale dell'Islam Torinese". Ultimo accesso: giugno 2023. <https://www.islamtorino.it/>
- "Associazioni. Centro Interculturale Città di Torino." Ultimo accesso: Maggio 2023. <http://www.interculturatorino.it/il-centro-2/archivio/collegamenti/associazioni/>
- Barbato, G., Levote, A. C., Penna, G. "La mezzaluna sopra Torino". Internazionale. 21 giugno 2018. Consultato a Febbraio 2023. <https://www.internazionale.it/reportage/2018/06/21/islam-torino>
- Smitshuijzen AbiFàres, H. "Khatt Foundation. Center for Arabic Typography". Ultimo accesso: giugno 2023. <https://www.khtt.net/>
- "Design Repository". Ultimo accesso: aprile 2023. <https://designrepository.design/#about>
- Politecnico di Torino. "Aurora Valdocco". Immagini del Cambiamento. Ultimo accesso: luglio 2023. [http://www.immaginidelcambiamento.it/schede/aurora\\_valdocco](http://www.immaginidelcambiamento.it/schede/aurora_valdocco)
- Gonzato, M. "Unveiling Nebiolo's history". Fontstand. 10 febbraio 2022. Data di consultazione: marzo 2023. <https://fontstand.com/news/essays/unveiling-nebiolos-history/>
- Donato, G. "Breve ricordo di "Fonderia Caratteri". (Una Fabbrica d'altri tempi.)". Blogspot. 2 ottobre 2013. Ultimo accesso: luglio 2023.
- "Nebiolo". MuseoTorino. Ultimo accesso: marzo 2023. <https://www.museotorino.it>

A		mamma					Carmela.
A		papà					Rosario
A		sorella					Flavia.
Ai		miei					nonni.
A		(SQUECK)					Marti.
A		Giulio		e			Viola.
Ai	gruppi	n.	1	4	8	9	ecc.
Alla		Salads					Record.
A							Typis <sup>3</sup> ri.
Ad		Archivio					Tipografico.
A		chi					c'è.
A		chi		ci			sarà.
Alla							Galeazza.
Ai		gruppi					preferiti.
Ai		ritorni		in			bici.
Ai		libri		di			Sottsass.
Ai		gelati		a			gennaio.
Al		mercato		di			lunedì.

Ricerca e progetto di tesi:  
Matteo Bonaccorso.

Relatore:  
Marco Bozzola

Co-relatori:  
Irene Caputo  
Davide Tomatis

Carattere tipografico:  
Cooper Hewitt

Stampa:  
Progetto Immagine, Torino

Copertina:  
realizzata presso  
Archivio Tipografico, Torino,  
con tecnica letterpress.  
Carattere tipografico Eurostile.

Corso di laurea triennale  
in Design e Comunicazione.  
Politecnico di Torino (2022-23).

