ADELPHI

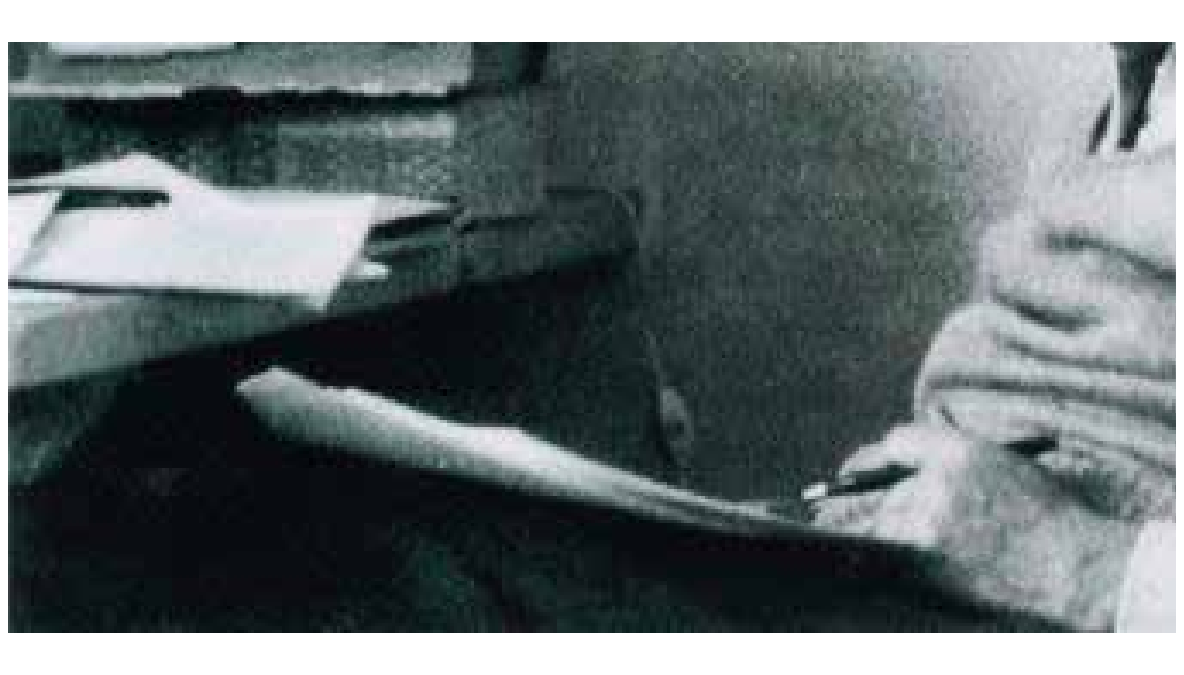
ADELPHI

BRAND IDENTITY

STORIA
La casa editrice viene fondata a Milano il 20 giugno 1962 da Luciano Foà e Roberto Olivetti.
L'anno successivo vengono stampati i primi volumi che esplicitano le linee guida su cui si reggerà per almeno vent'anni il progetto Adelphi: la necessità di ripartire da un discorso sui classici diverso da quello espresso dalla cultura italiana del tempo e l'intenzione di includere non solo opere di filosofia, ma anche di scienza e religione, attingendo alla tradizione orientale, buddhista e islamica. L'idea iniziale, fortemente voluta da Foà, è che la nuova casa editrice non debba essere "di catalogo", il che comporta un decollo lento e una serie di impegni finanziari da distribuire nel corso di diversi anni. Il successo editoriale avrà inizio solo alla fine degli anni Settanta, quando muta il paesaggio culturale italiano con il crollo dei miti e delle ideologie politiche del dopoguerra.

COMUNICAZIONE
L'Adelphi punta da sempre a differenziarsi al massimo, motivo per cui scarta il bianco, in quanto punto di forza Einaudi, optando invece sul colore e sulla carta opaca imitlin.
La casa editrice, per esaltare la sua identità, evita di chiamare grafici alla produzione di copertine, scegliendole personalmente. La scelta viene fatta trovando l'analogo di un testo in una singola immagine che da una parte deve incuriosire e attrarre, dall'altra sembrare "giusta" anche una volta finito il libro.

LOGO E NOME
Una mattina Foà apre in maniera casuale un libro di un singolo tedesco dove erano riportati numerosi ideogrammi dell'antica Cina e nota due figure sottili, una con la testa all'insù, l'altra con la testa in giù, che si levano sopra una falce di luna nuova.
Il significato è semplice: luna nuova, morte e resurrezione.
Il nome viene scelto durante una riunione tra amici a casa di Roberto Olivetti, il finanziatore. Foà aveva portato una lista di nomi e il prescelto è Adelphi, una parola greca che significa "fratelli/sodali", ed esprime la comunanza d'intenti tra i soci fondatori: un gruppo di amici, in cui regna la massima fiducia reciproca, una comunità reale, oltre che ideale, di persone che considerano i libri parte stessa della vita.



CARATTERISTICHE TECNICHE

DIMENSIONI:
104x177 mm, tascabile Adelphi

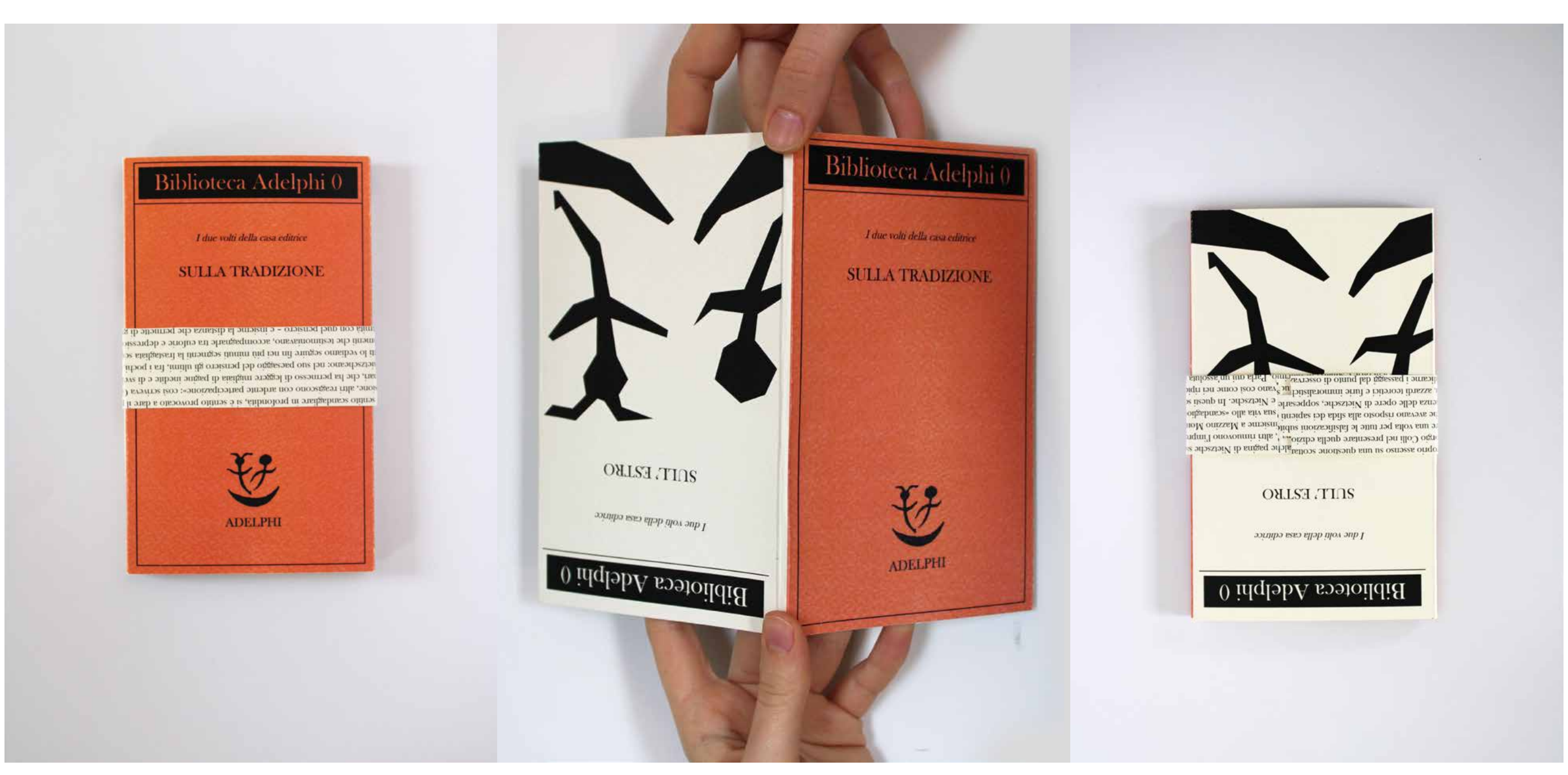
FONT:
Baskerville regular e italic

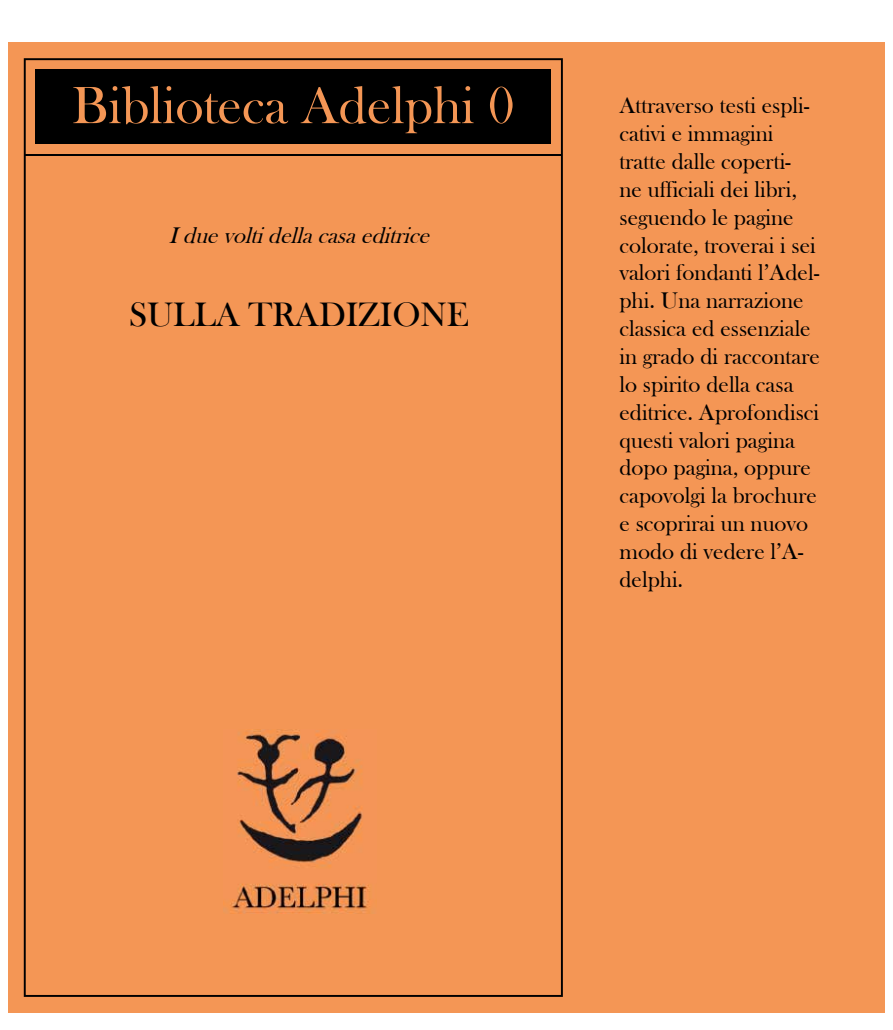
MATERIALE:
Interno e fascetta, carta acquerello 180 gr/m²

Copertina, carta acquerello 220 gr/m²

RILEGATURA:
Brossura cucita

COLORI:





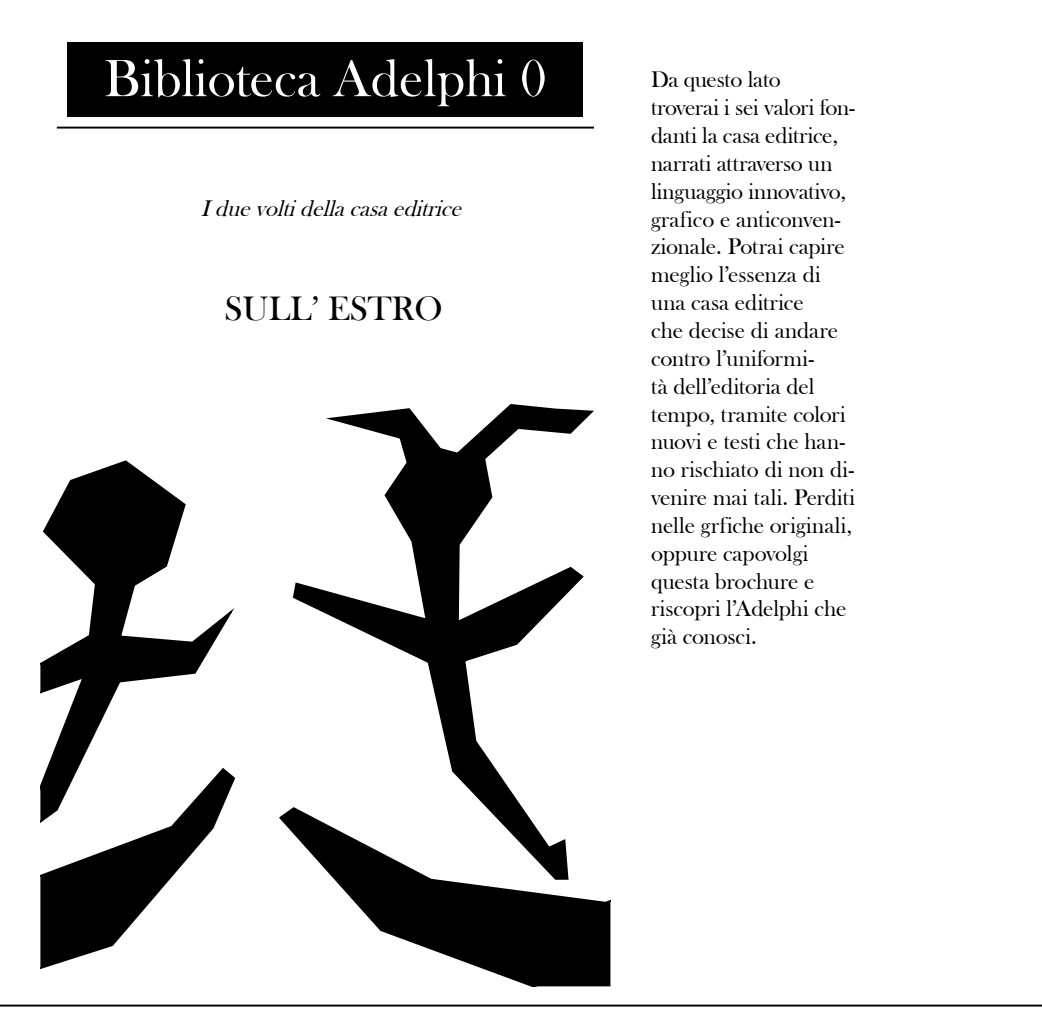
Biblioteca Adelphi 0

I due volti della casa editrice

SULLA TRADIZIONE

ADELPHI

Attraverso testi esplicativi e immagini tratte dalle copertine ufficiali dei libri, seguendo le pagine colorate, troverai i sei valori fondanti l'Adelphi. Una narrazione classica ed essenziale in grado di raccontare lo spirito della casa editrice. Aprofondisci questi valori pagina dopo pagina, oppure capovolgi la brochure e scoprirai un nuovo modo di vedere l'Adelphi.

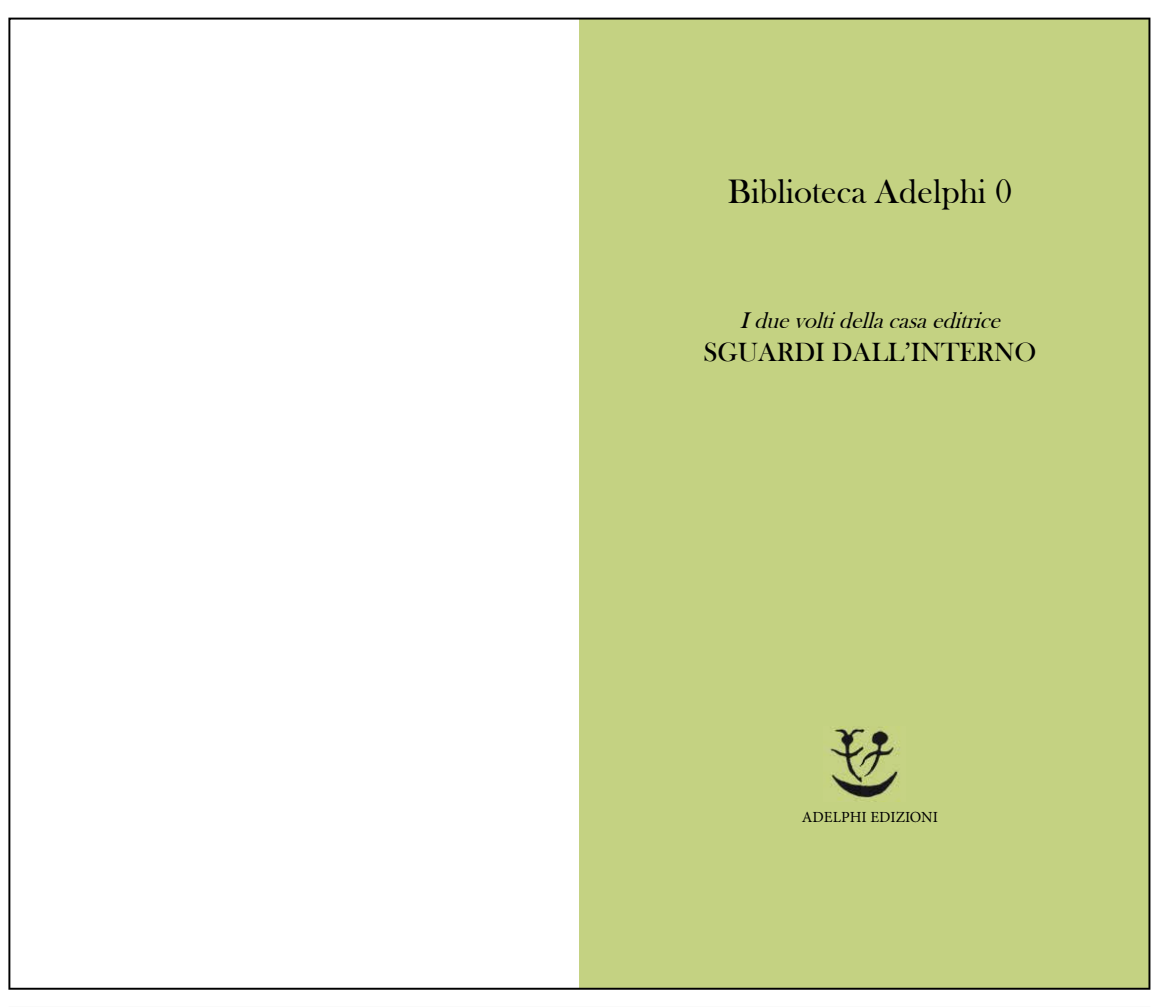


Biblioteca Adelphi 0

I due volti della casa editrice

SULL' ESTRO

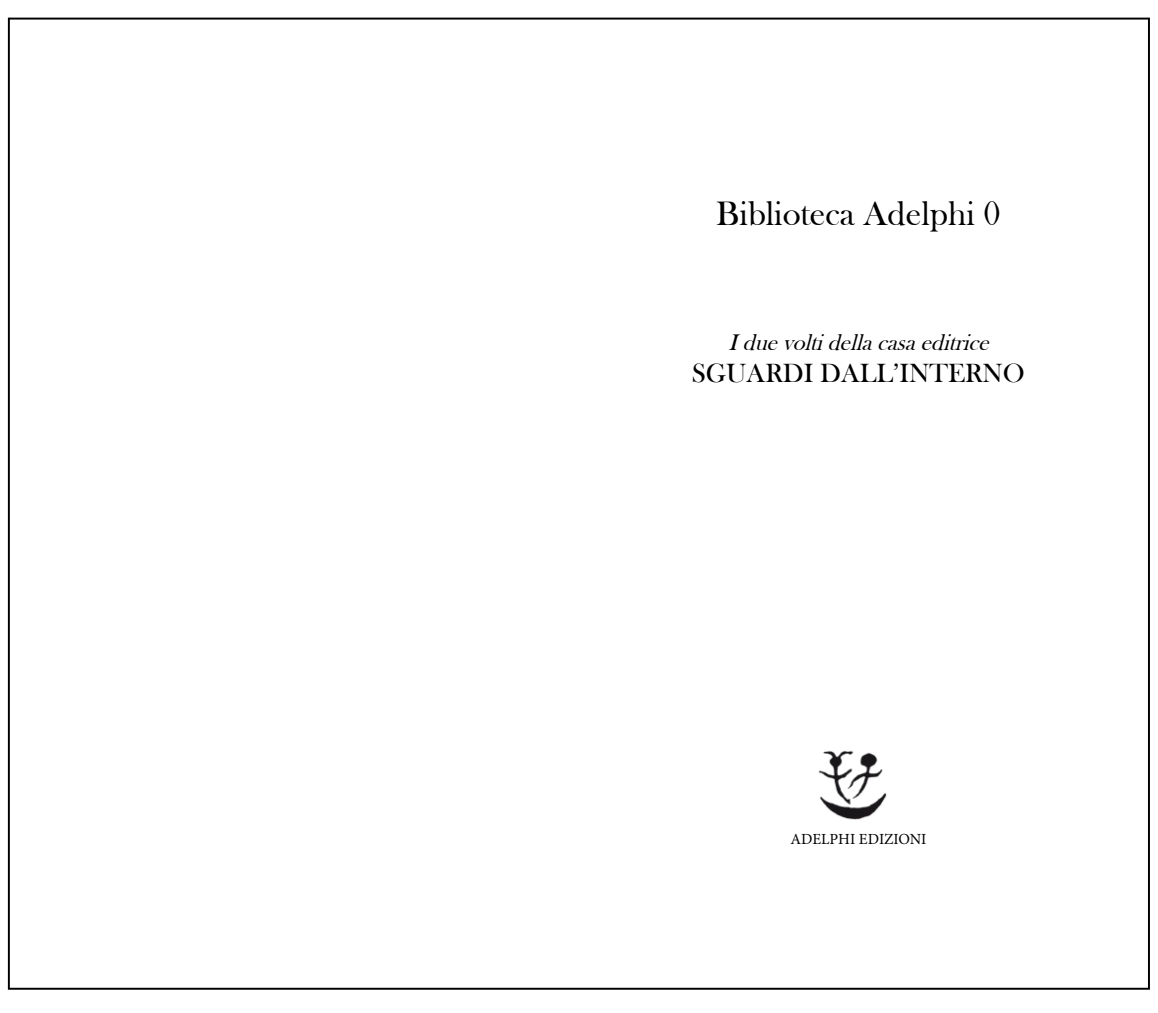
Da questo lato troverai i sei valori fondanti la casa editrice, narrati attraverso un linguaggio innovativo, grafico e anticonvenzionale. Potrai capire meglio l'essenza di una casa editrice che decise di andare contro l'uniformità dell'editoria del tempo, tramite colori nuovi e testi che hanno rischiato di non divenire mai tali. Perditi nelle grfiche originali, oppure capovolgi questa brochure e riscopri l'Adelphi che già conosci.



Biblioteca Adelphi 0

I due volti della casa editrice
SGUARDI DALL'INTERNO

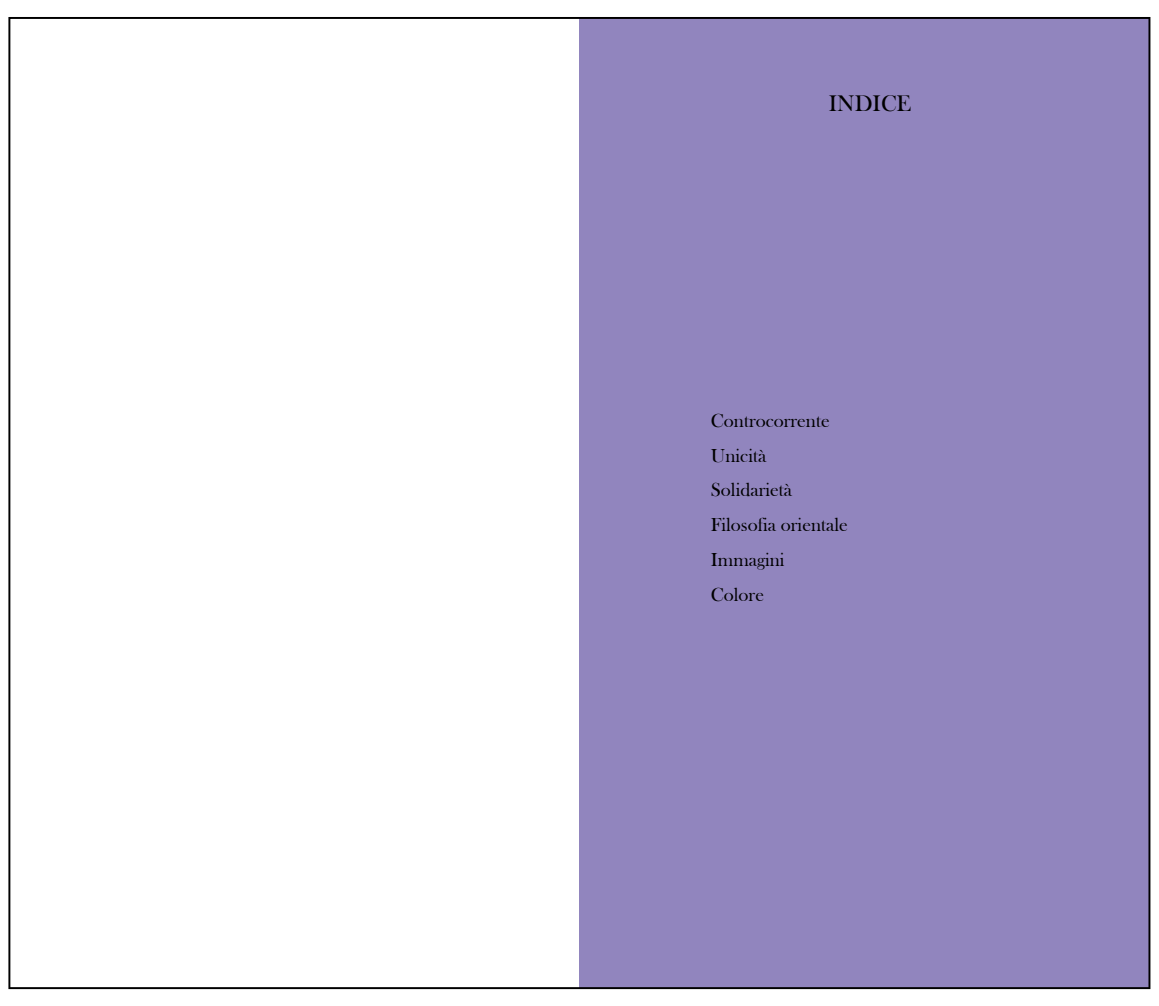
ADELPHI EDIZIONI



Biblioteca Adelphi 0

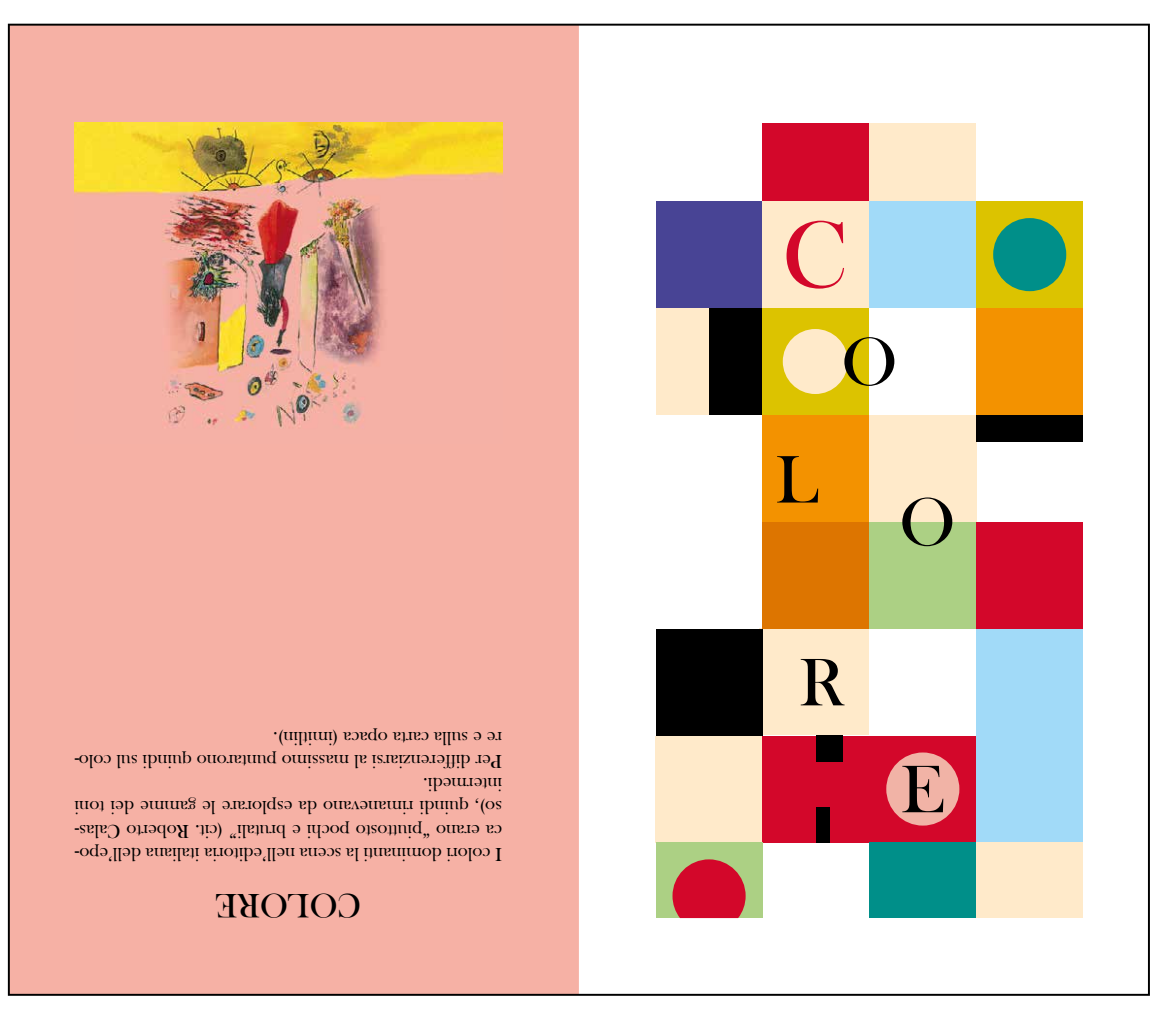
I due volti della casa editrice
SGUARDI DALL'INTERNO

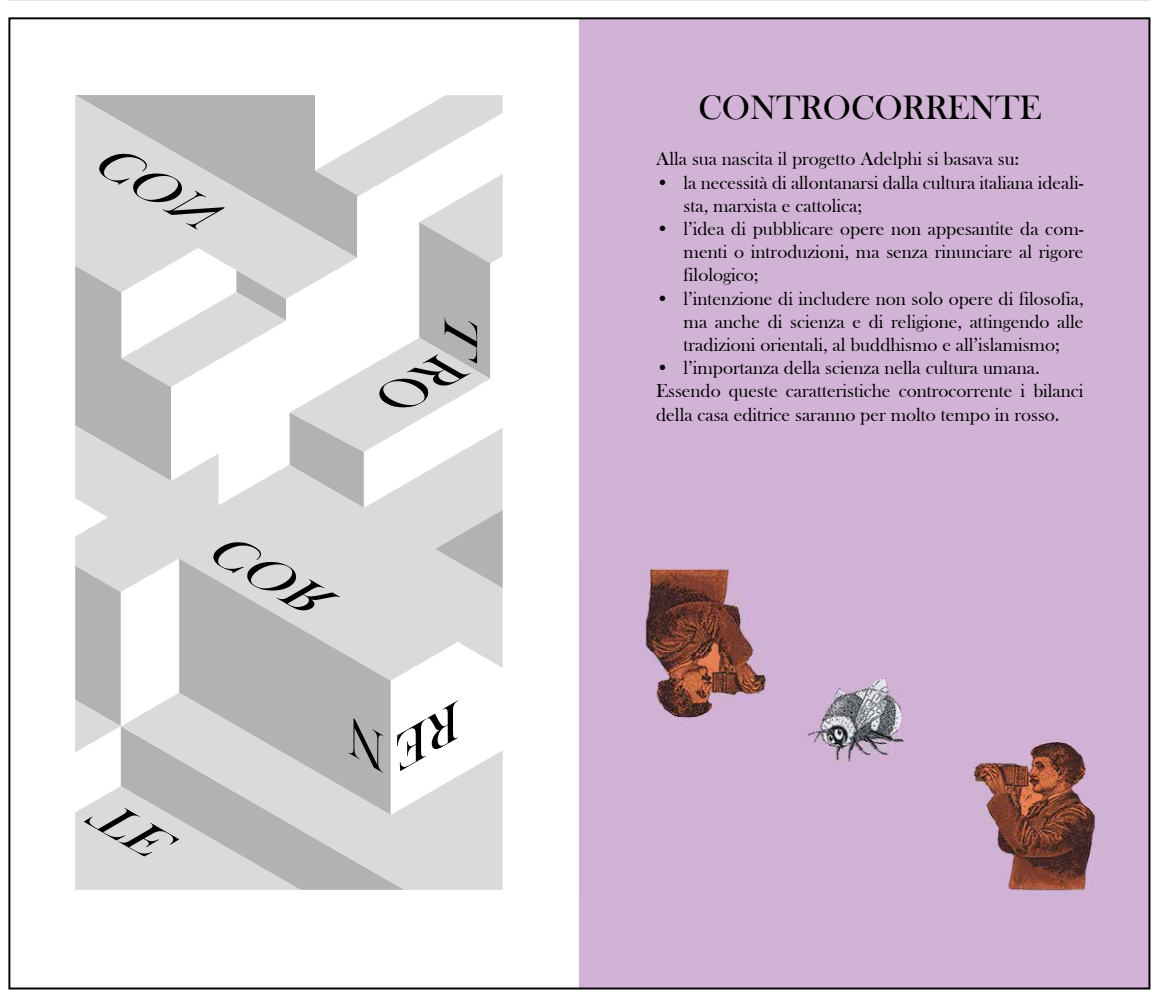
ADELPHI EDIZIONI



INDICE

Controcorrente
Unicità
Solidarietà
Filosofia orientale
Immagini
Colore

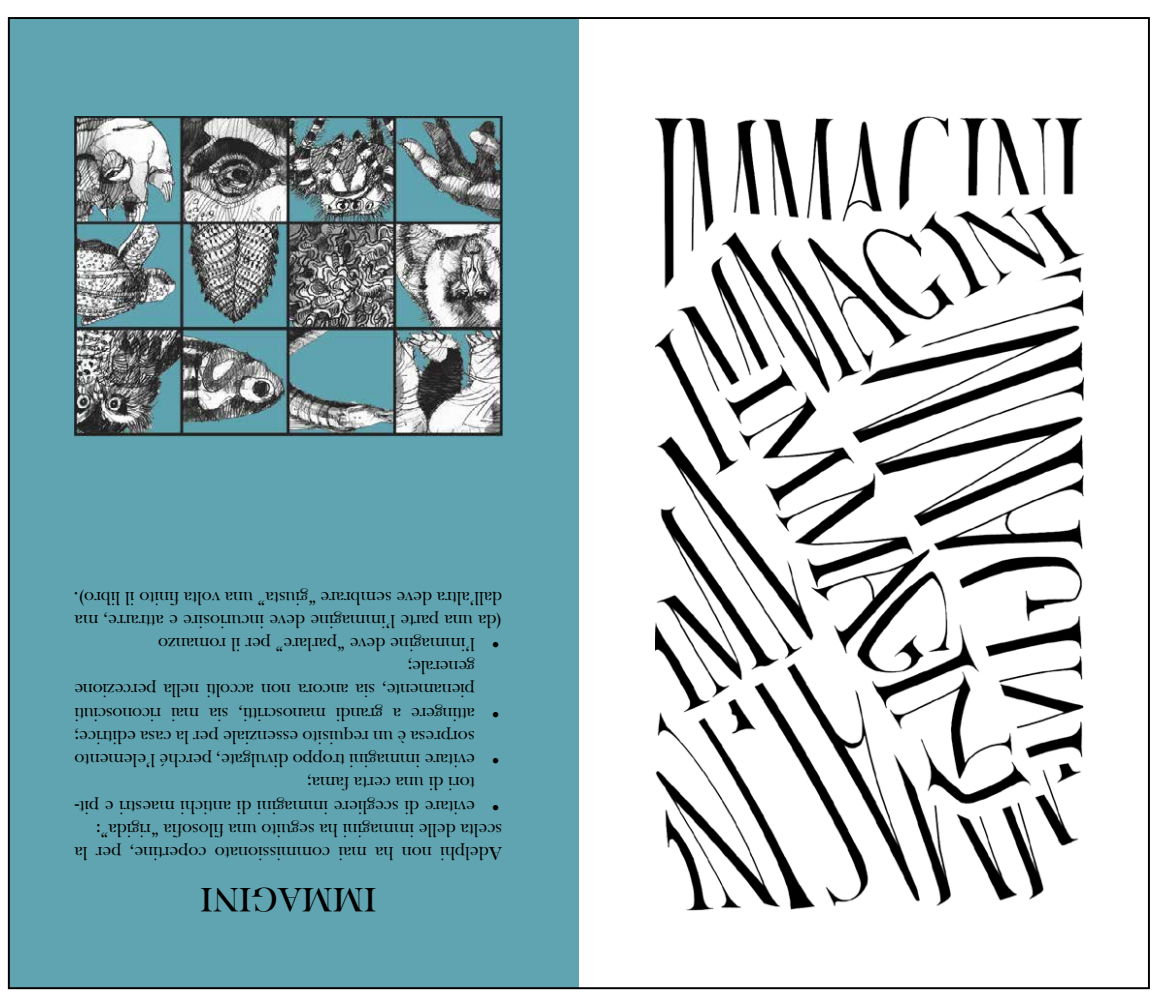


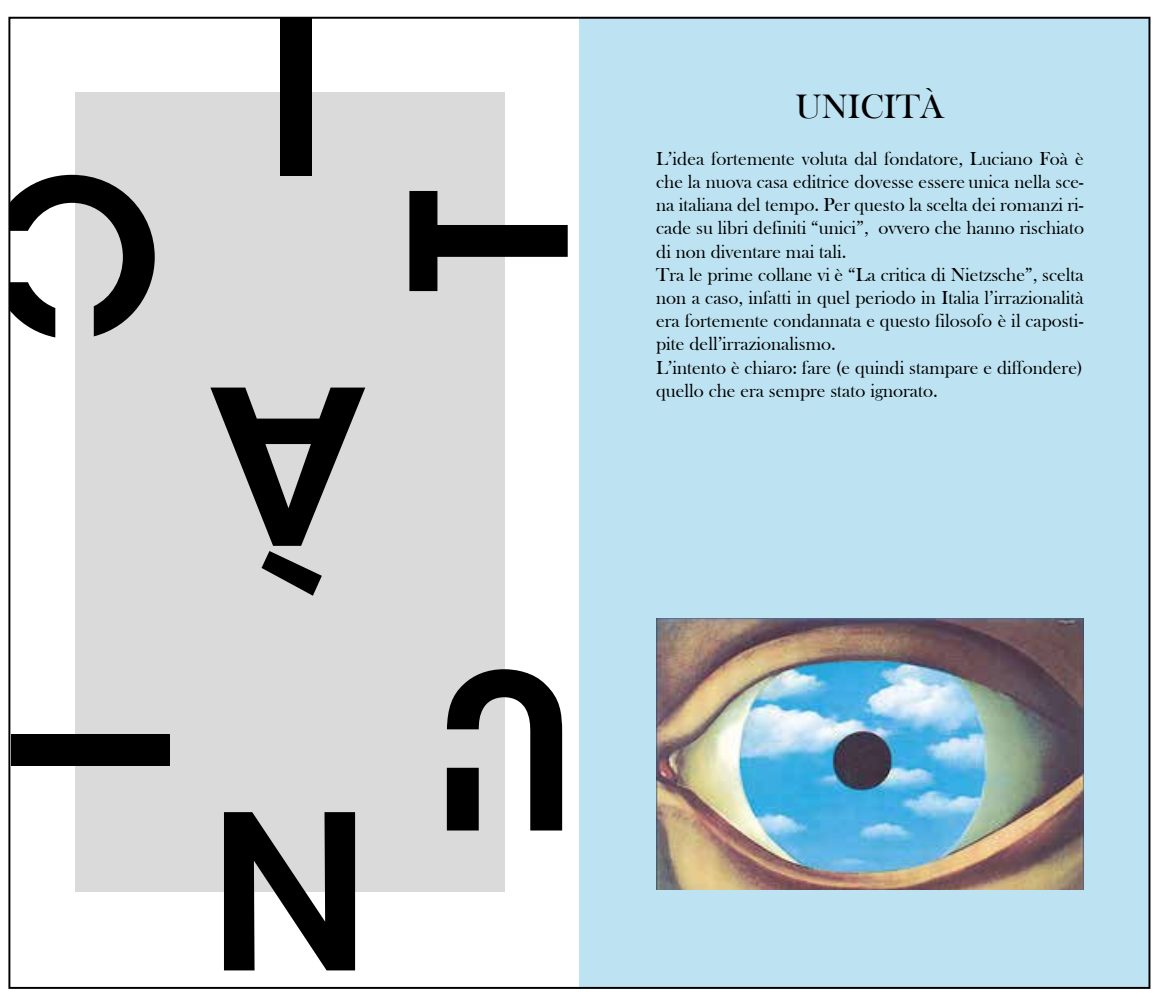


CONTROCORRENTE

Alla sua nascita il progetto Adelphi si basava su:
- la necessità di allontanarsi dalla cultura italiana idealista, marxista e cattolica;
- l'idea di pubblicare opere non appesantite da commenti o introduzioni, ma senza rinunciare al rigore filologico;
- l'intenzione di includere non solo opere di filosofia, ma anche di scienza e di religione, attingendo alle tradizioni orientali, al buddhismo e all'islamismo;
- l'importanza della scienza nella cultura umana.

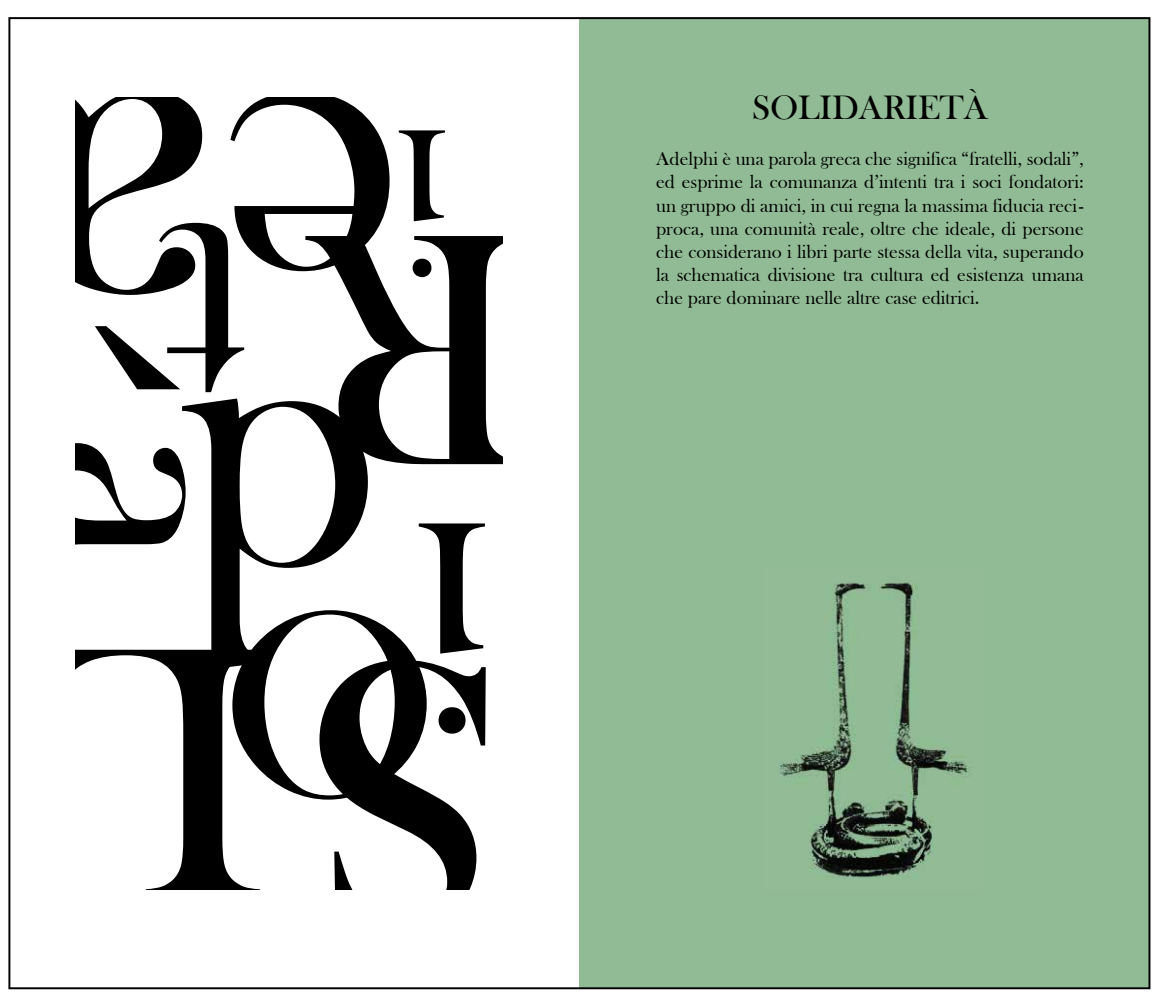
Essendo queste caratteristiche controcorrente i bilanci della casa editrice saranno per molto tempo in rosso.





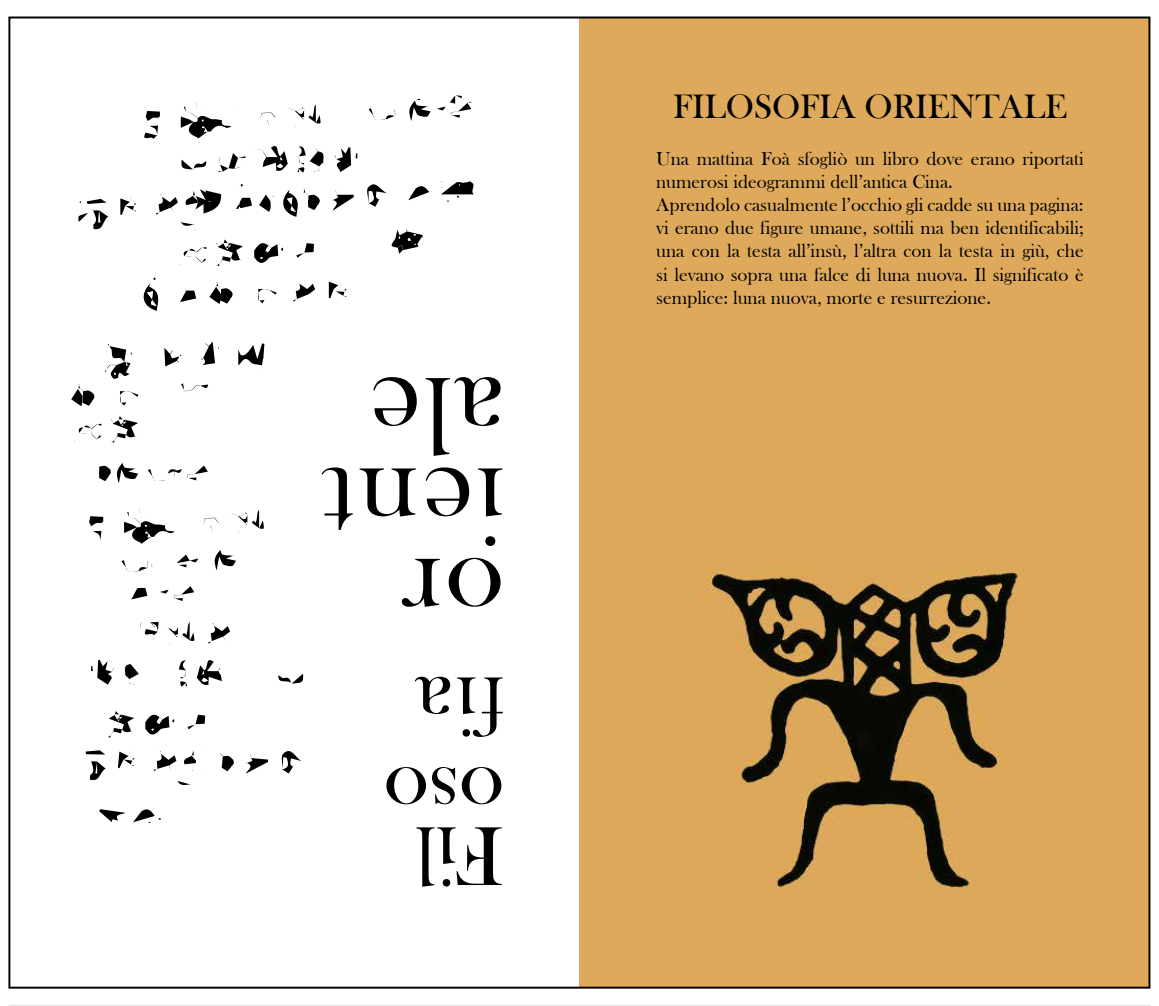
UNICITÀ

L'idea fortemente voluta dal fondatore, Luciano Foà è che la nuova casa editrice dovesse essere unica nella scena italiana del tempo. Per questo la scelta dei romanzi ricade su libri definiti "unici", ovvero che hanno rischiato di non diventare mai tali.
Tra le prime collane vi è "La critica di Nietzsche", scelta non a caso, infatti in quel periodo in Italia l'irrazionalità era fortemente condannata e questo filosofo è il capostipite dell'irrazionalismo.
L'intento è chiaro: fare (e quindi stampare e diffondere) quello che era sempre stato ignorato.



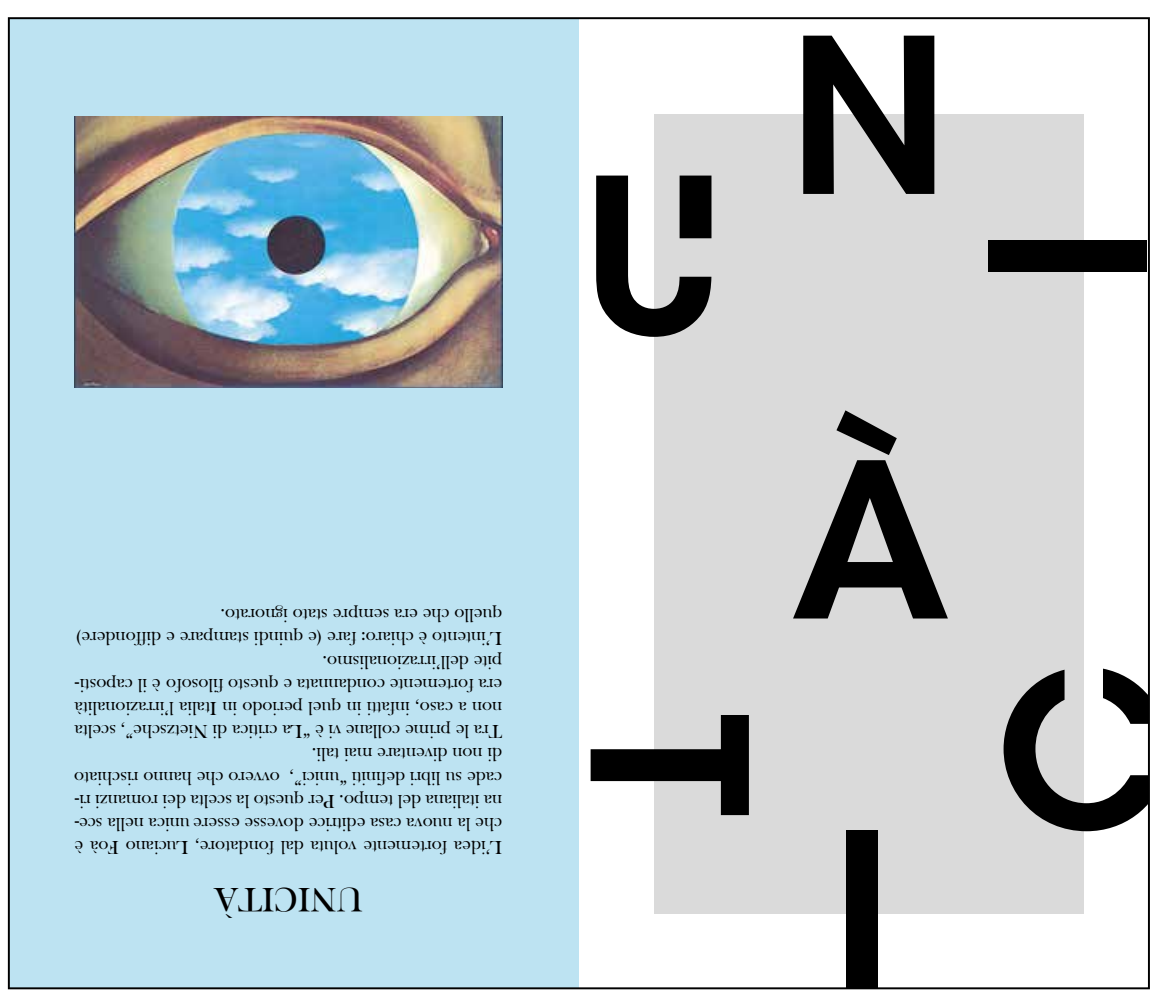
SOLIDARIETÀ

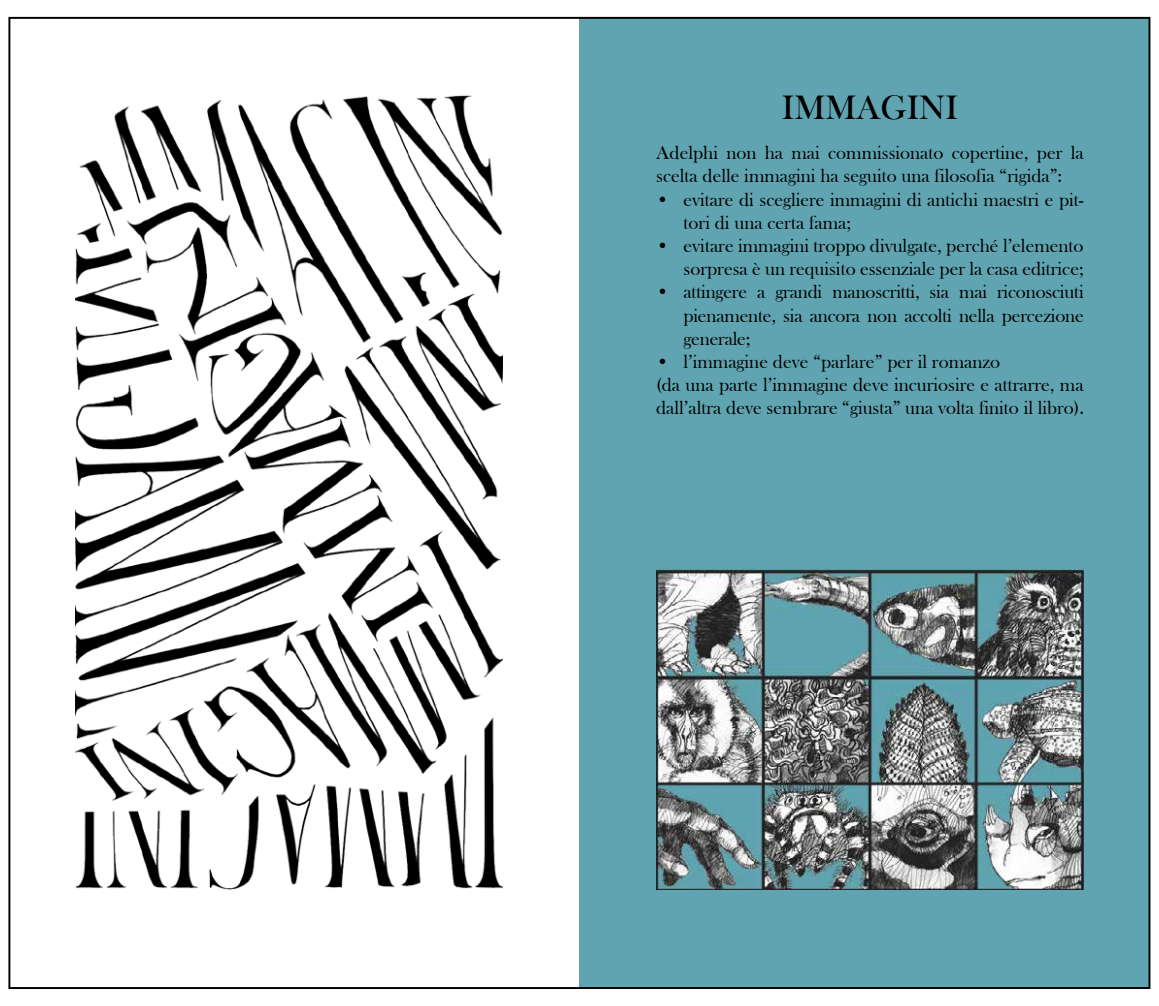
Adelphi è una parola greca che significa "fratelli, sodali", ed esprime la comunanza d'intenti tra i soci fondatori: un gruppo di amici, in cui regna la massima fiducia reciproca, una comunità reale, oltre che ideale, di persone che considerano i libri parte stessa della vita, superando la schematica divisione tra cultura ed esistenza umana che pare dominare nelle altre case editrici.



FILOSOFIA ORIENTALE

Una mattina Foà sfogliò un libro dove erano riportati numerosi ideogrammi dell'antica Cina.
Aprendolo casualmente l'occhio gli cadde su una pagina: vi erano due figure umane, sottili ma ben identificabili; una con la testa all'insù, l'altra con la testa in giù, che si levano sopra una falce di luna nuova. Il significato è semplice: luna nuova, morte e resurrezione.

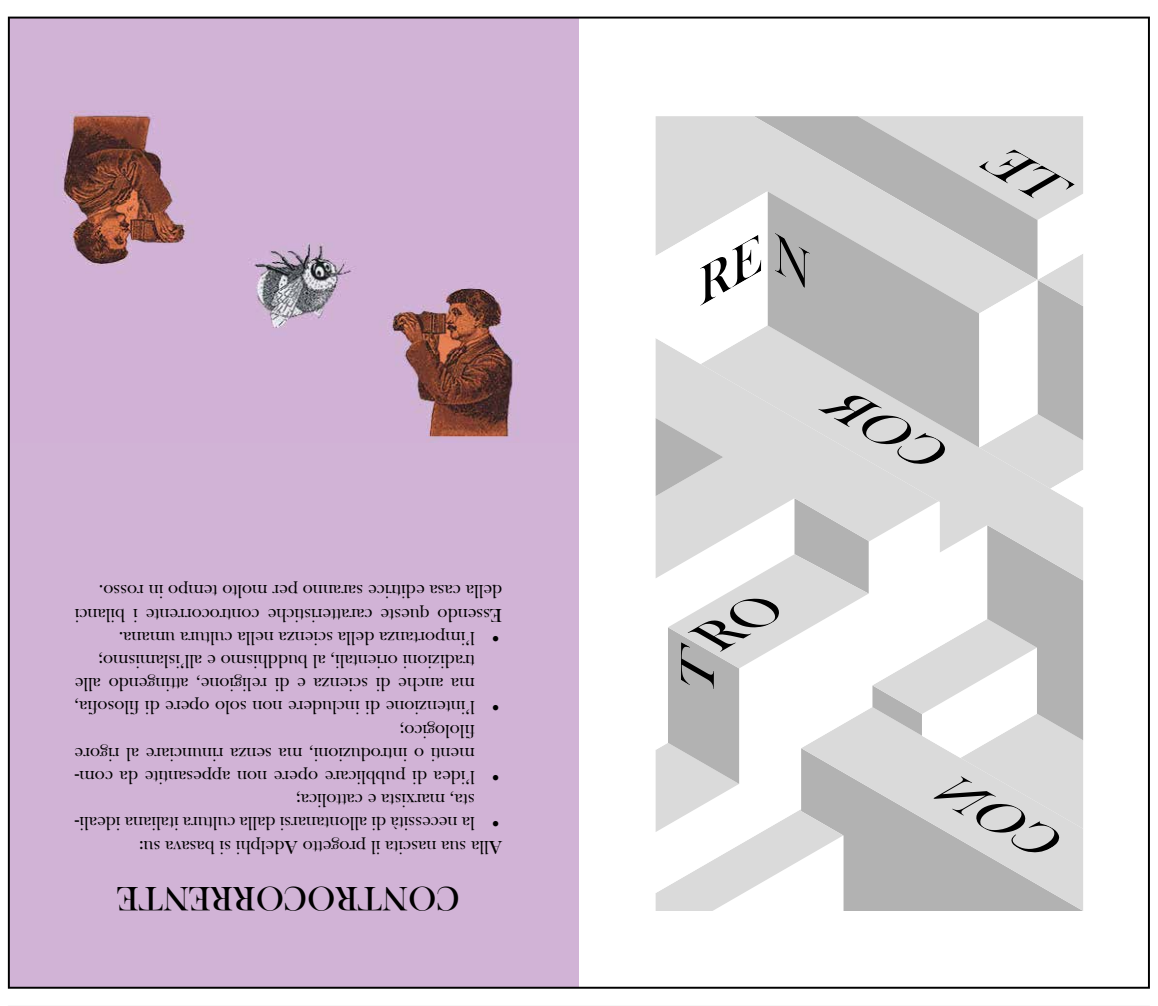


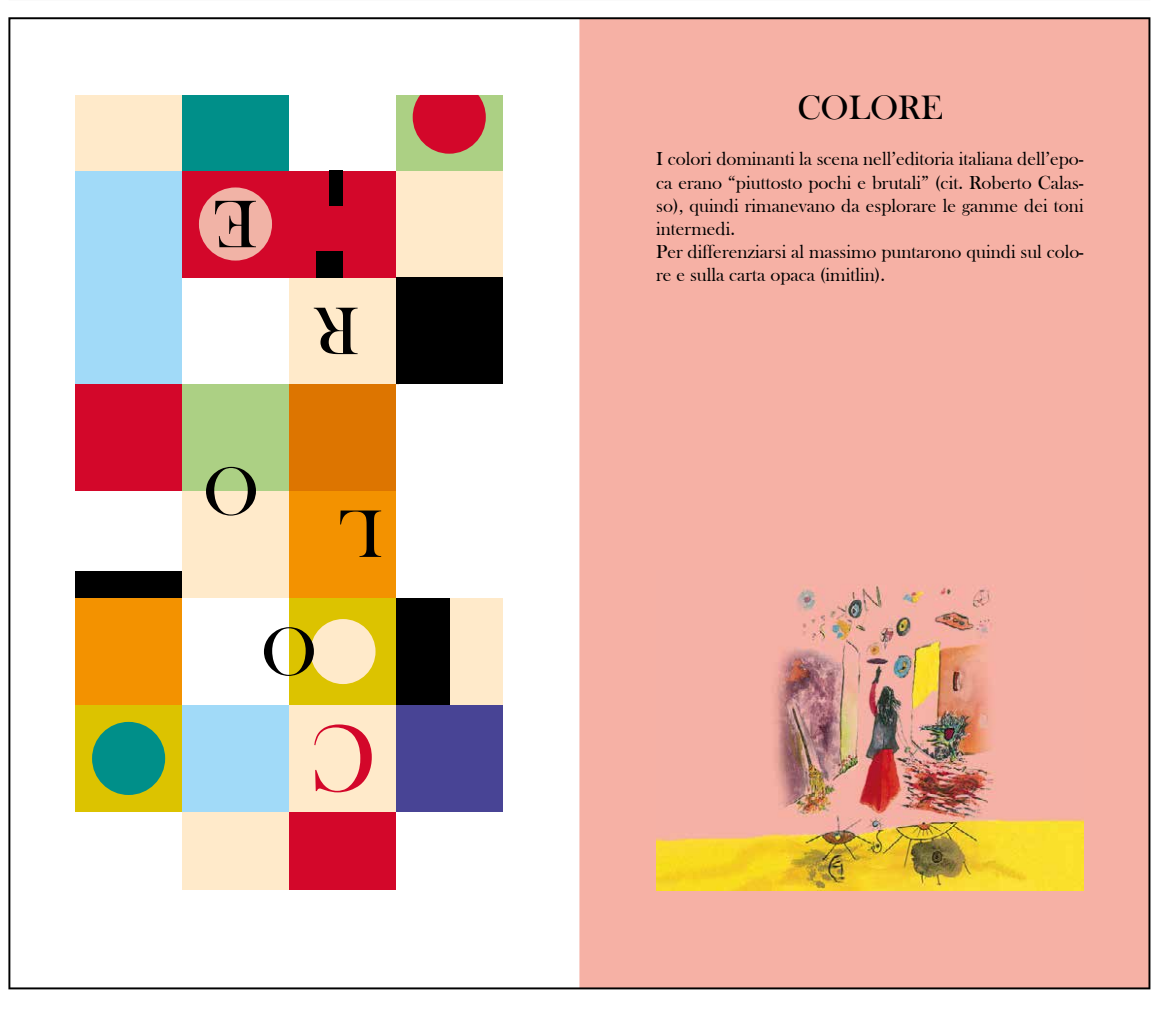


IMMAGINI

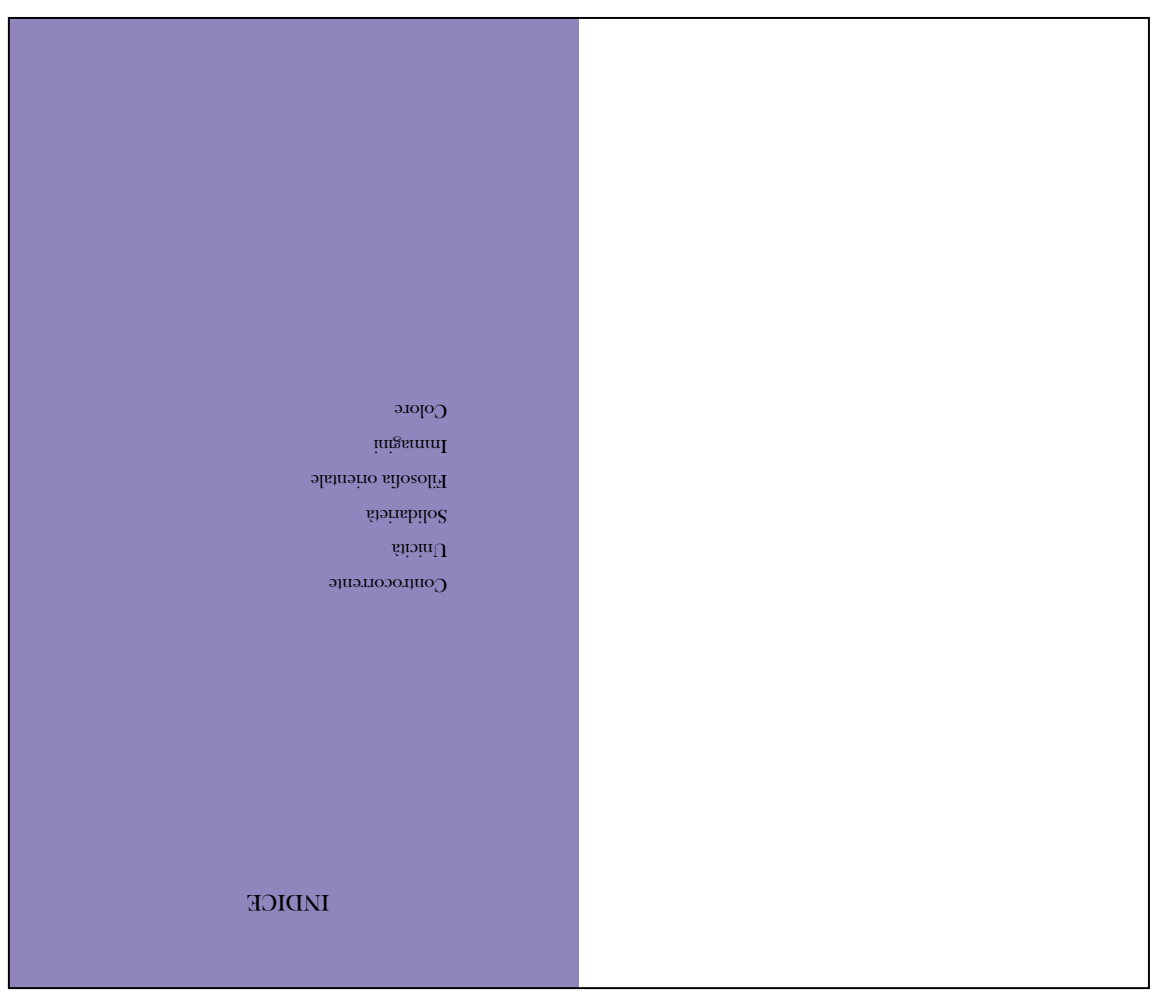
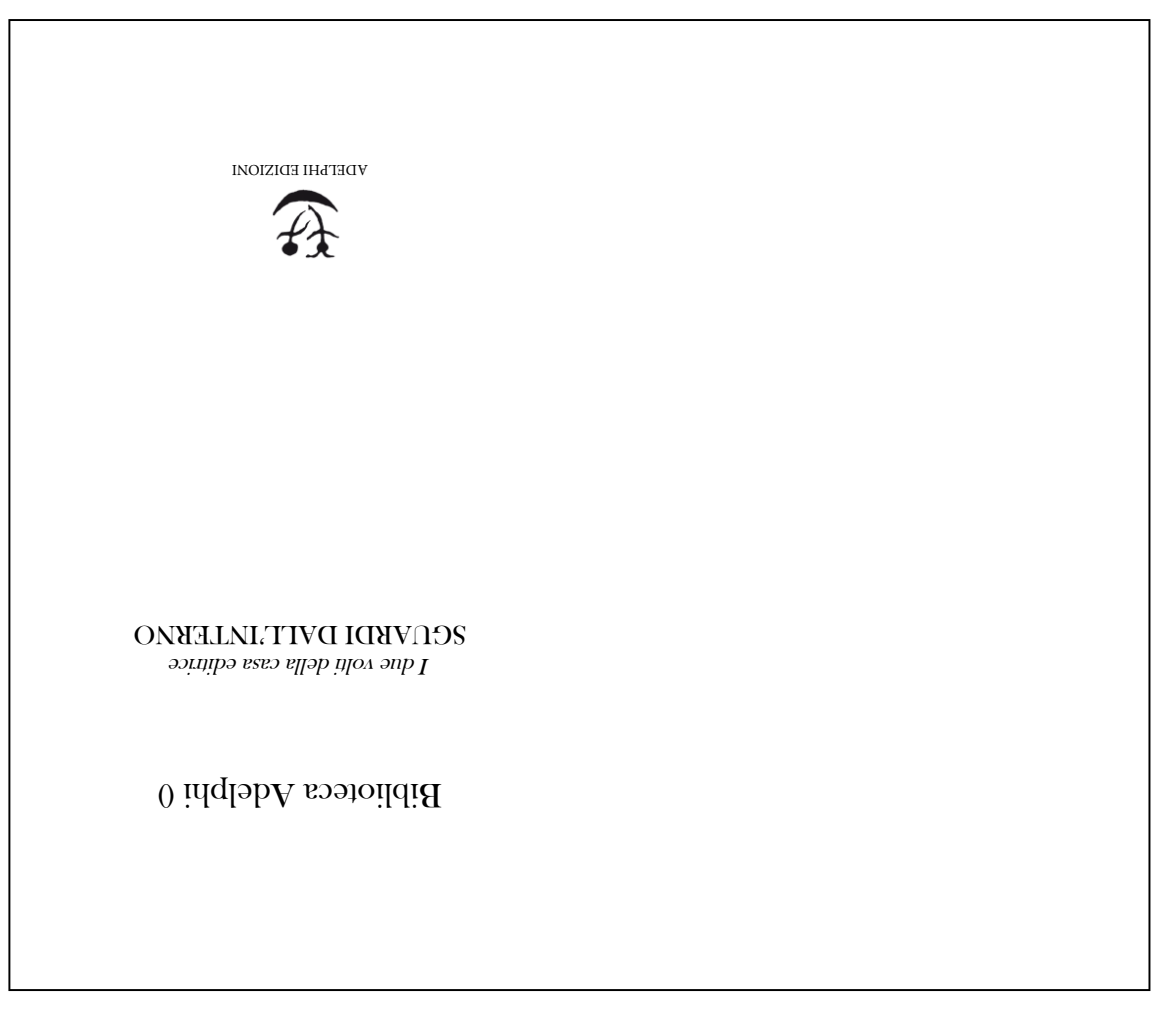
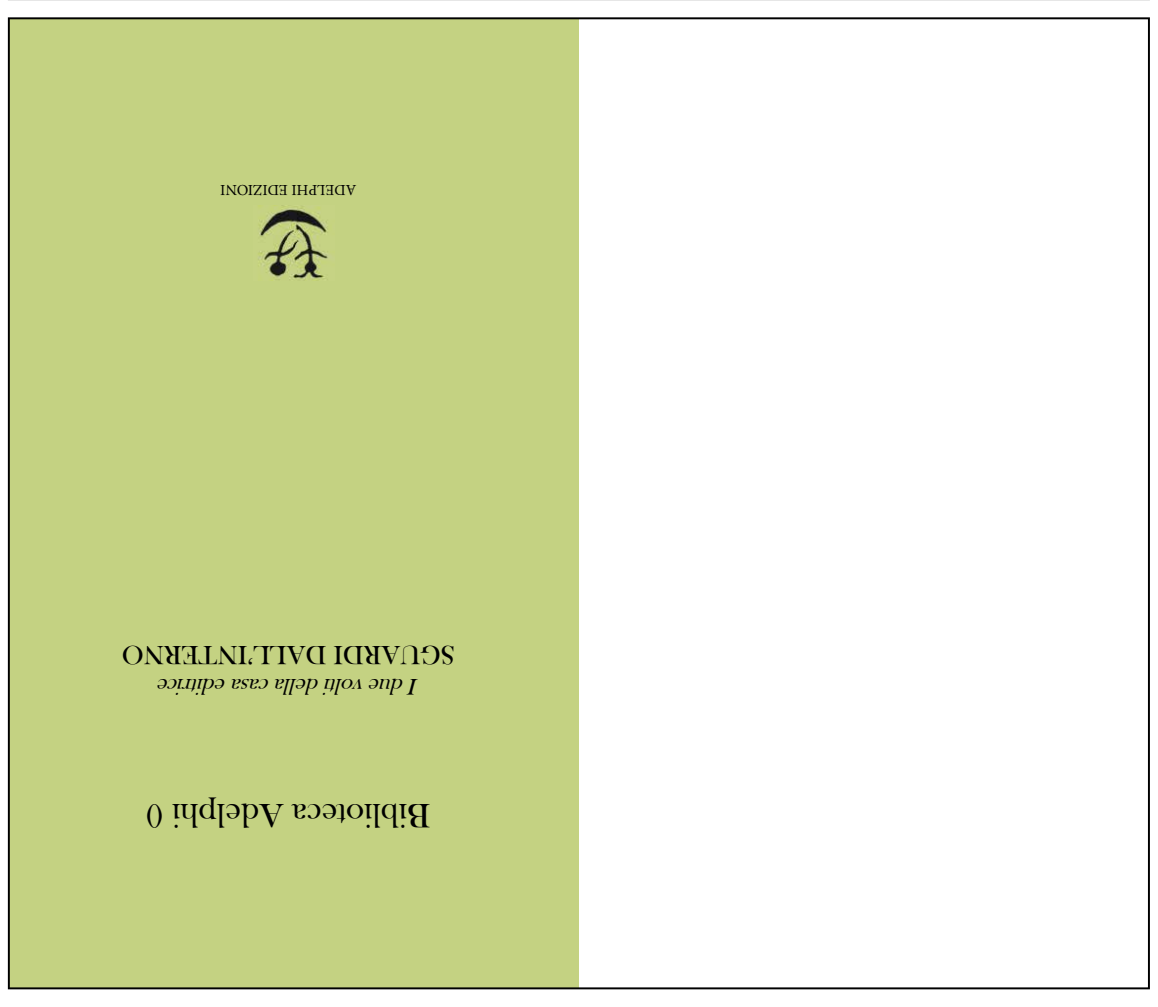
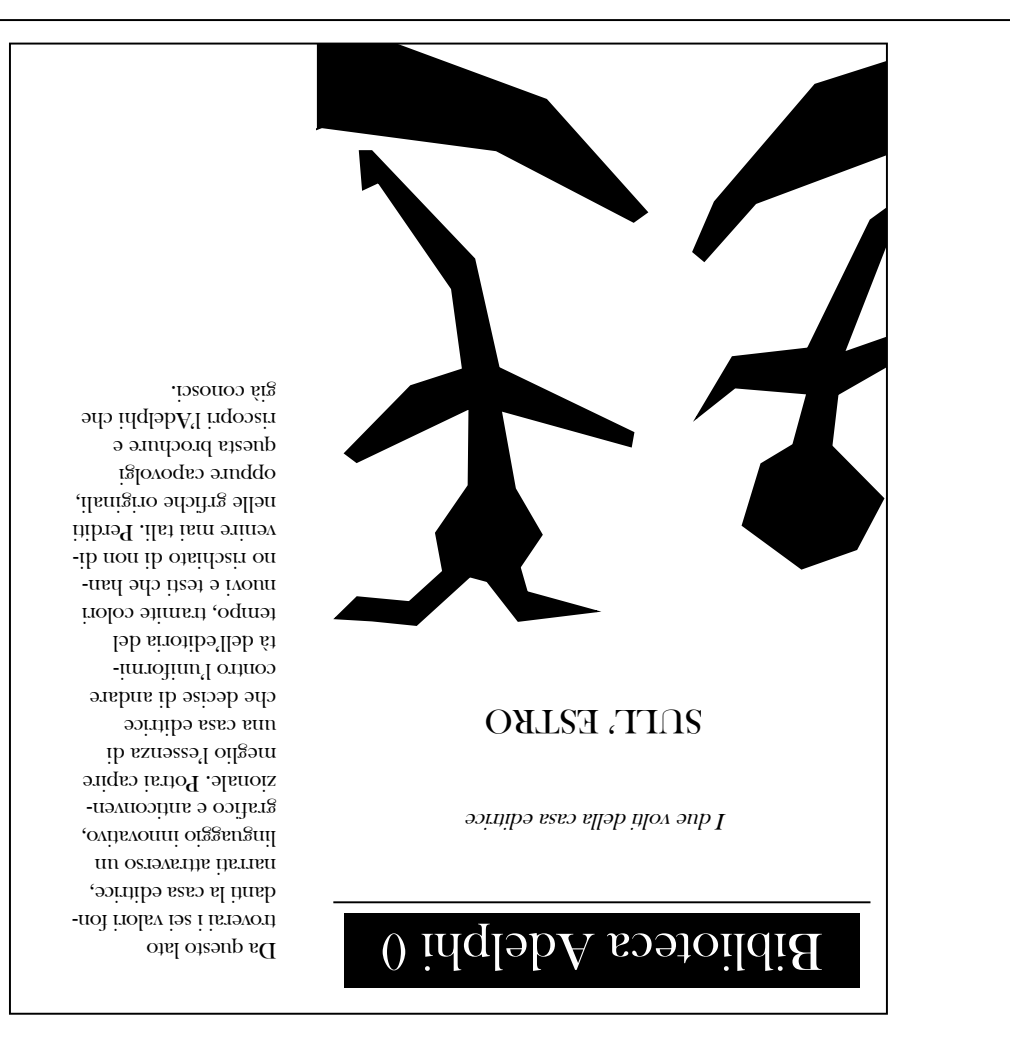
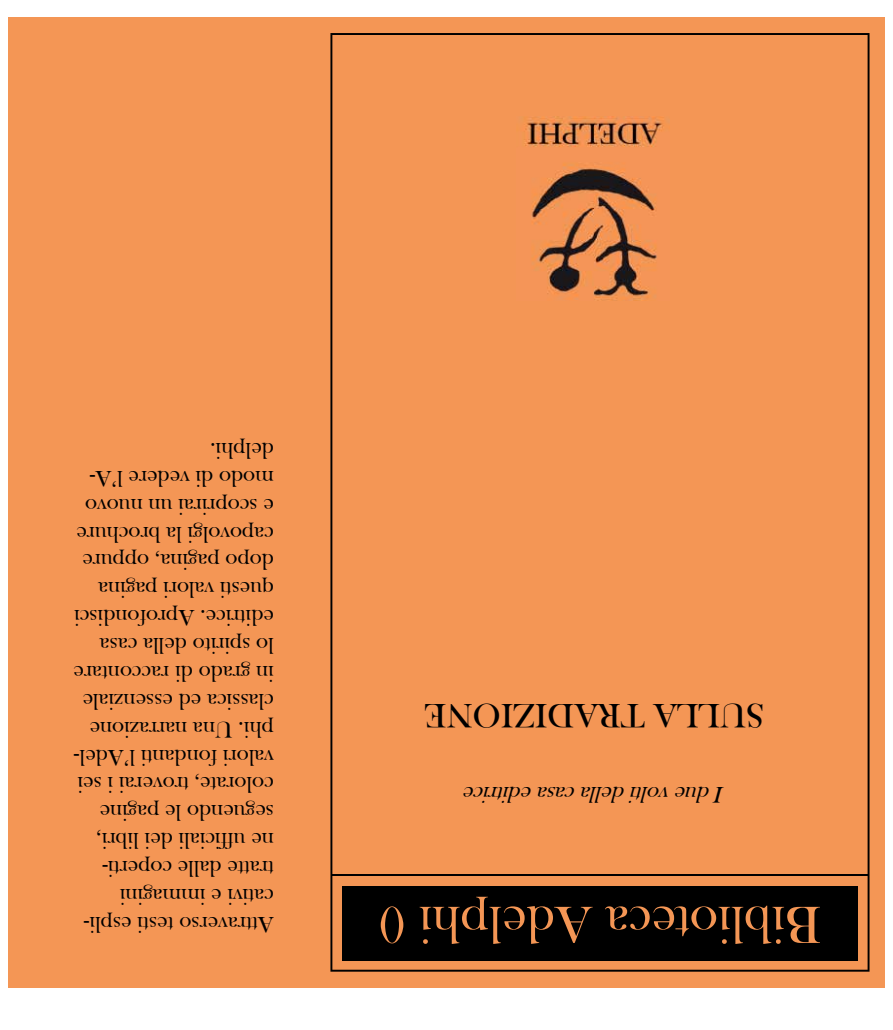
Adelphi non ha mai commissionato copertine, per la scelta delle immagini ha seguito una filosofia "rigida":
- evitare di scegliere immagini di antichi maestri e pittori di una certa fama;
- evitare immagini troppo divulgate, perché l'elemento sorpresa è un requisito essenziale per la casa editrice;
- attingere a grandi manoscritti, sia mai riconosciuti pienamente, sia ancora non accolti nella percezione generale;
- l'immagine deve "parlare" per il romanzo

(da una parte l'immagine deve incuriosire e attrarre, ma dall'altra deve sembrare "giusta" una volta finito il libro).





COLORE

I colori dominanti la scena nell'editoria italiana dell'epoca erano "piuttosto pochi e brutali" (cit. Roberto Calasso), quindi rimanevano da esplorare le gamme dei toni intermedi.
Per differenziarsi al massimo puntarono quindi sul colore e sulla carta opaca (imitlin).