

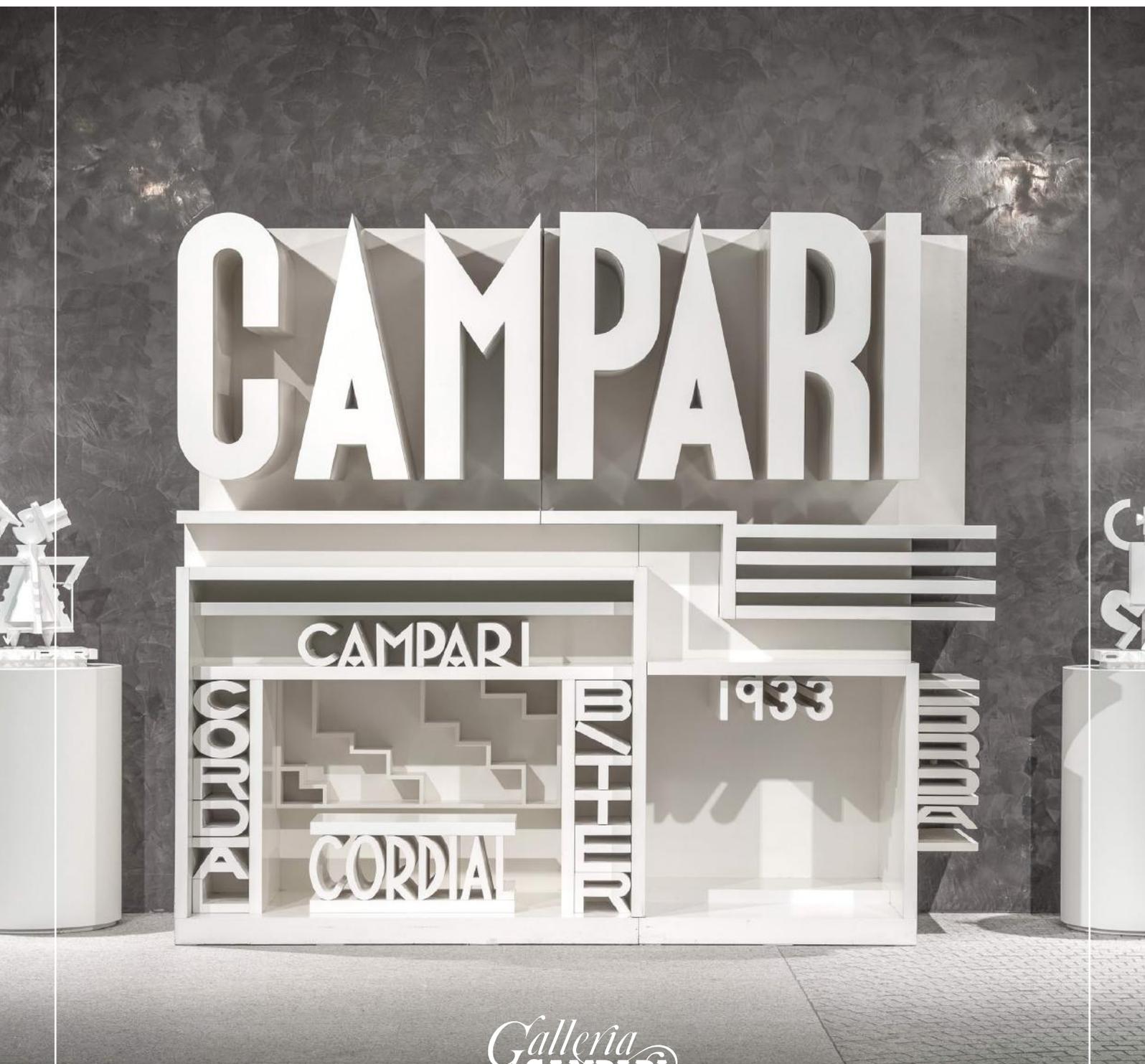
ART JOURNAL

CAMPARI GALLERY

#14

CAMPARI; IL GIOCO DELLE LETTERE | CAMPARI; THE GAME OF LETTERS

Di / By Serena Spinelli



Galleria
CAMPARI

Come si scrive “Campari”? In 7 lettere, 3 sillabe e più di 100 variazioni tipografiche che si rincorrono felicemente lungo tutto l’arco storico temporale della sua brillante comunicazione.

Supponiamo di poter arrestare per pochi istanti questa corsa nel tempo, precisamente alle ore 10.41 del 1° novembre, 1964. Ebbene, il carattere eclettico, ludico e cinetico delle lettere che compongono la parola Campari si convoglierebbe allora nel famoso manifesto di Bruno Munari.

In quell’attimo la città di Milano inaugurava il primigenio viaggio della linea metropolitana e Campari ne celebrava lo spirito innovativo con un’opera d’arte pensata per essere vista in movimento. “*Declinazione grafica del nome Campari*” fu così il primo manifesto pubblicitario affisso lungo le banchine della metropolitana, simbolo innovativo del profondo legame tra lo storico marchio ed il dinamismo della città.

Per la sua importanza storica l’opera originale è parte della collezione del MOMA di New York, sezione Architecture & Design, ed è stata esposta nelle sale del Museo Newyorkese in svariate mostre. Nella progettazione di questo capolavoro dal sapore POP che sottolinea la connessione tra la prima linea del metrò (detta “la Rossa”) e il Bitter Campari, il genio di Munari si pose un traguardo non-traguardo: creare una combinazione grafica di lettere senza alcuna punteggiatura interna, una carrellata di lettering colorati che potessero scorrere all’infinito senza perdere mai la forza della propria essenza semantica. In effetti, il manifesto fu stampato in un unico formato ma era progettato per essere accostato a sé stesso per un numero infinito di volte senza mancare mai di coesione cognitiva.

Copertina/Cover: Padiglione Campari, 1980,
ph Francesco Radino, Archivio / Archive Galleria Campari

Declinazione grafica del nome Campari /
Graphic declination of the name Campari,
Bruno Munari, 1964, Archivio / Archive Galleria Campari

How do you write “Campari”? In 7 letters, 3 syllables and more than 100 typographic variations happily running through the entire historical spectrum of its brilliant communication.

Suppose we could freeze frame this race across time for a few instants, precisely at 10.41 of November 1st, 1964. Well, the eclectic, playful and kinetic character of the letters composing the word Campari would align themselves within the famous poster by Bruno Munari.

At that precise moment the city of Milan was inaugurating the primal trip of the first metro line and Campari celebrated its innovative spirit with a work of art designed to be seen in movement.

“Graphic variation of the name Campari” was the first advertising poster to be affixed along the underground platforms, thus

representing an innovative symbol of the historic brand’s profound ties to the city’s dynamism.

Because of its historical importance, the original work is part of the collection of the MOMA in New York, Architecture & Design section, and has been exhibited in the halls of the New York Museum in various exhibitions. During the design process of this POP flavoured masterpiece underlining the connection between Bitter Campari and the first line of the metro (known as “the red line”), Munari set himself an ingenious open-ended objective. The goal was to create a graphical combination of letters which could be repeated an infinite number of times and never lose their semantic essence. In fact, the poster was printed in a single format, but it could be posted side by side in a continuous flow without ever lacking in cognitive cohesion.



La grafica dinamica e coinvolgente di questo collage di lettere mimava il movimento scorrevole delle carrozze straripanti di cittadini animati dal nuovo fermento della modernità. La direzione delle lettere combaciava con il senso di marcia del treno e con l'orizzontalità dei finestrini, permettendo dunque al fruitore di provare questa nuova esperienza di velocità e di percepire in simultanea la passione rossa dell'azienda. Questa giocosa ripetizione del logotipo Campari attraverso ordinamenti prospettici sempre nuovi, segmentati e ricomposti in mille modi, era anche il frutto del lavoro pluridecennale di Munari sui limiti della leggibilità. Come constatò l'artista stesso il manifesto raggiunge la sua efficacia d'informazione anche se visto parzialmente, anche se intravisto attraverso un gruppo di persone, persino se visto di corsa dalla vettura del metrò.

L'idea di una frammentazione tipografica del testo, il concetto di dinamizzare lettere e parole per rispecchiare la nuova velocità della vita è, in prima analisi, di matrice Futurista. Il fondatore di questa importante avanguardia italiana, Tommaso Marinetti, intuì precocemente che le nuove forme di comunicazione e di trasporto, avrebbero influito sensibilmente sulla psiche umana. La cultura delle informazioni doveva dunque muoversi di pari passo con questa accelerazione. Da giovanissimo artista Munari assimila perfettamente le fondamenta di questo pensiero, cogliendo a pieno le potenzialità del manifesto che T. Marinetti scrisse nel 1913 sulla distruzione della sintassi e la rivoluzione tipografica.

“Non voglio suggerire un'idea o delle sensazioni con grazia e leziosaggine, voglio afferrarle brutalmente e scagliarle in pieno petto al lettore” “... Noi useremo tre o quattro colori diversi d'inchiostro, e anche 20 caratteri tipografici diversi, se occorre... Corsivo per una serie di sensazioni simili e veloci, grassetto tondo per le onomatopee violente. Questa rivoluzione tipografica mi permette d'imprimere alle parole tutte le velocità, degli astri, delle nuvole, degli aeroplani, dei treni, delle molecole, degli atomi ...”

The graphic quality of this letter collage was dynamic and very engaging. It mimicked the swift movement of the carriages bulging with citizens animated by this new buzz of modernity. The direction of the letters matched the direction of the train along the tracks and the horizontality of the carriage windows. From within, the travellers were able to experience the new velocity and simultaneously perceive the company's red passion. This whimsical repetition of the Campari logotype with its ever-changing perspectival orders and its myriad segmentations and recompositions was also the fruit of Munari's multidecade long work on the limits of legibility. As the artist himself ascertained the poster achieves its informative efficacy even when partially obscured, even when glimpsed at through a crowd, and especially when seen from the speeding carriage of the underground train.

The idea of a typographic fragmentation of the text and the concept of dynamizing letters and words to reflect life's new velocity ultimately descends from a Futurist matrix. As the founder of this important Italian avant-garde, Tommaso Marinetti precociously sensed that new forms of communication and transportation would sensibly influence the human psyche. The culture of information would thus have to move in step with this acceleration. As a very young artist Munari perfectly assimilated the foundations of this philosophy and fully grasped the potential of the manifesto written by Marinetti in 1913 on the destruction of syntax and the typographic revolution.

"I don't want to evoke an idea or a sensation with these traditionalist charms or affectations, I want to seize them roughly and hurl them straight in the reader's face" ...in an average page we will use three or four different colours of ink and even twenty diverse fonts. For example, Italic for a series of similar and rapid sensations, Boldface for violent onomatopoeia etc...this typographical revolution allows me to impose on words every kind of speed - that of the stars, the clouds, the airplanes, the trains, the molecules, the atoms..."

La portata di questa rivoluzione e la felice applicazione dei suoi precetti nella comunicazione pubblicitaria fu compresa a pieno anche da Davide Campari, il quale fu sempre estremamente ricettivo alle sperimentazioni. Non sorprende dunque che il punto di massima convergenza tra l'innovativa sensibilità del Futurismo e la grafica Campari si dovette attuare nel suo sodalizio con Fortunato Depero. Durante quel vigoroso decennio (1926-1936) di stretta collaborazione tra Davide e Fortunato lo stile della comunicazione Campari fu assolutamente all'avanguardia ed *il gioco delle lettere* si moltiplicò in ogni direzione.

La prima inconfondibile traccia di questo gioco assolutamente seminale per la grafica italiana si trova nel libro Depero Futurista, noto come il "libro imbullonato" di Depero. L'audace pubblicazione del 1927 fu sostenuta economicamente dalla Campari* ed un solo fugace sguardo ai suoi contenuti, esposti oggi tra le mura multimediali della Galleria Campari, può causare il fatale innamoramento del visitatore.

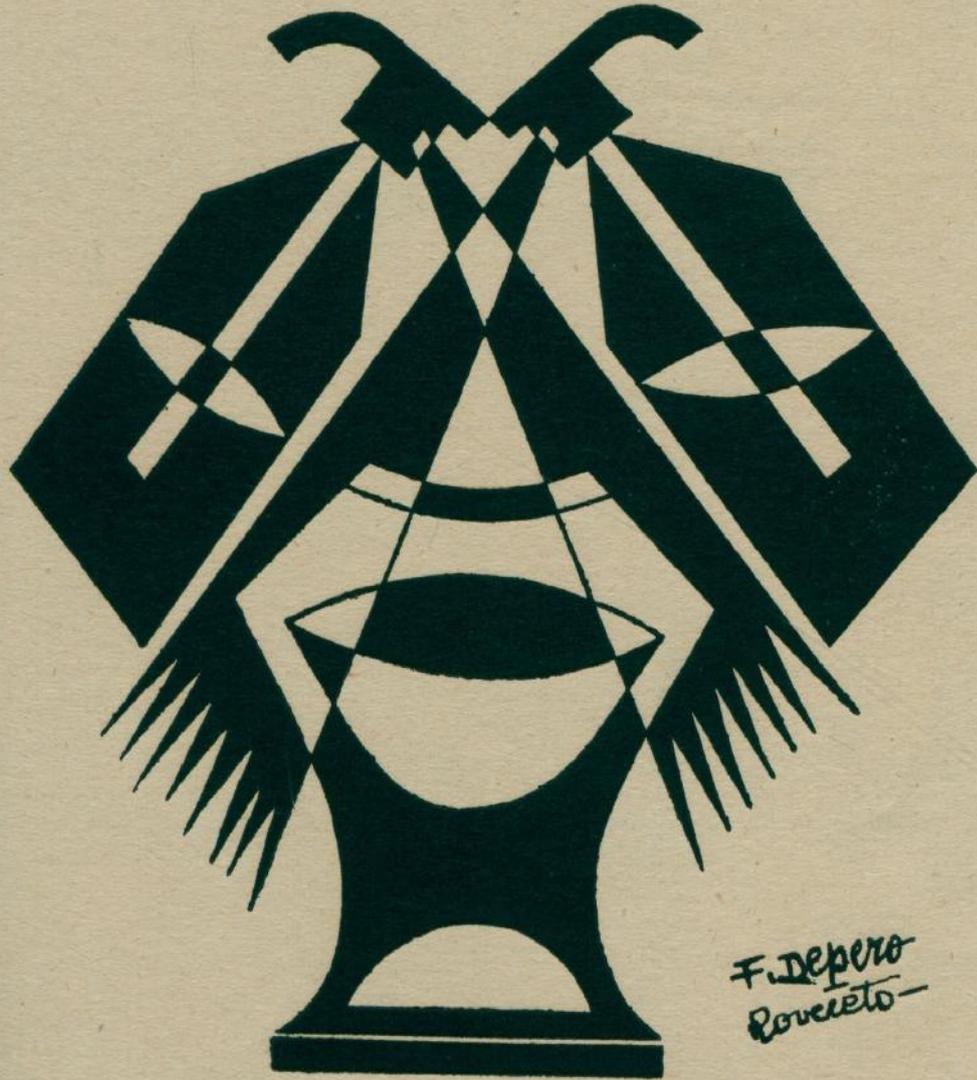
The weight of this revolution and the felicitous application of its principles to the advertising domain was also fully understood by Davide Campari, who had always been extremely receptive to experimentation. Not surprisingly his association with Fortunato Depero marks the point of maximum convergence between the innovative sensibility of Futurism and Campari graphics. During that vigorous decade (1926-1936) of close collaboration between Davide and Fortunato, Campari's style of communication was absolutely avant-garde, and the game of letters was multiplied in every direction.

The first unmistakable trace of this seminal game for Italian graphic art may be found in the book Depero Futurista, known as "bolted book" by Depero. The audacious publication from 1927 was economically subsidized by Campari and a single fleeting glance at its contents (presently exhibited within the multimedia space of the Campari Gallery) can cause the visitor to fall fatally in love.



Libro imbullonato / Bolted book, Fortunato Depero,
1927, Archivio / Archive Galleria Campari

**DAVIDE CAMPARI & C
MILANO**



*F. Depero
Roveto-*

BITTER CAMPARI
L'APERITIVO

L'occhio è immediatamente attirato dall'originale legatura ideata dall'editore futurista Fedele Azari: al bando colla e filo, entrano in scena due grossi bulloni che trapassano tutto il libro. Un chiaro riferimento all'amore per la meccanica e l'industria, così tipico della poetica futurista. Con consueta ironia Depero lo definì un libro meccanico, inclassificabile, pericoloso, poiché poteva essere "lanciato verso il nemico come un proiettile". Metaforicamente parlando il proiettile partì da Milano, raggiunse la Germania della Bauhaus e orbitò sugli Stati Uniti per arrivare sino ai giorni nostri, creando uno scompiglio ed un rinnovamento che non cessa di avere ripercussioni sulla grafica contemporanea.

Il testo del libro imbullonato è impresso su vari tipi di carta: sottile, grossa, bianca e di vari colori, con pagine che si aprono a raggiera. Esso rappresenta il primo vero libro-oggetto dal design accattivante nella storia dell'editoria. Le parole impaginate con lettere di vari formati, fonts e colori conferiscono un nuovo ruolo alla tipografia ed è qui che il testo diventa immagine per la prima volta. È una sfida alla tradizionale indipendenza di questi due concetti poiché le lettere assumono anche delle valenze estetiche, diventano parcelle di una immagine più complessa, si fondono nella mente dell'osservatore. Proprio come nella futura opera "metropolitana" di Munari dove le lettere variopinte giocano tra di loro sullo sfondo rosso della superficie animata; nell'istante stesso in cui vengono lette si trasformano in immagini. Un'immagine che non è astratta né figurativa ma che con sublime forza espressiva proietta il viaggiatore nel sotterraneo tunnel del futuro assieme alla Campari.

The eye is immediately attracted to the original binding invented by the Futurist editor Fedele Azari: glue and thread were banned, and two great metal bolts hold the entire book together instead. This is a clear reference to the love of industry and mechanics which is so typical of Futurist poetics. With his habitual irony Depero defined the book as mechanical, unclassifiable, and dangerous since it could be "hurled at the enemy like a bullet". Metaphorically speaking the projectile was launched from Milan, reached the Bauhaus in Germany and orbited over the United States and returned to the present day where the kind of havoc and renewal it created still has repercussions on contemporary graphic design.

The text of the bolted book is printed on various types of paper: thin, thick, both white and multi-coloured, with pages that open up like mobile rays. It represents the first true object-book with a captivating design in the history of publishing. The layout is animated by letters of different formats, fonts and colours which bestow a new role upon typography; this is where text becomes image for the first time and the traditional independence of these two elements is challenged. As the letters acquire aesthetic value, they become the tesserae of a more complex image which fuses together within the mind of the viewer. This is exactly what happens in the future "metropolitan" work of Munari where the multi-coloured letters play upon the red background of the animated surface; as soon as they are read they also become image. The image is neither abstract nor figurative but through its sublime expressive power it projects the traveller through the underground tunnel of the Future along with Campari.

Se volgiamo lo sguardo ancora una volta al libro del 1927 noteremo che le frasi scorrono in varie direzioni - orizzontale, verticale, diagonale, ad angolo retto, in forma circolare, quadrata, triangolare e lo sguardo del lettore viene sollecitato a seguire. La fisicità di chi legge si attiva, testa e corpo si piegano per seguire il flusso delle lettere spavalde. Applicato in seguito alla grafica commerciale della Campari questo concetto valse come l'oro e gli slogan catturarono maggiormente l'attenzione del passante o del lettore distratto. La forza espressiva delle parole fu raddoppiata così come insegnava il pensiero Marinettiano di cui Depero è tutt'oggi l'interprete più efficace.

Con queste rivoluzioni i Futuristi non miravano a sollecitare l'estro di una élite ma intendevano fondere l'arte con il quotidiano, puntando a raggiungere un'audience di massa. Ragione per cui Depero sposò l'arte pubblicitaria e ne proclamò l'importanza in una seconda mirabolante pubblicazione ideata appositamente per Campari nel 1931: *Numero Unico Futurista Campari*.

“il cartello è l'immagine simbolica di un prodotto, è la geniale trovata plastica e pittorica per esaltarlo ed interessarlo. Esaltando con il genio i nostri prodotti, le nostre imprese cioè i fattori primi della nostra vita, non facciamo che dell'arte purissima e verissima, moderna. L'arte pubblicitaria è fatalmente necessaria- arte fatalmente audace.”

If we observe the 1927 book once more, we will notice that the sentences run in various directions- horizontal, vertical, diagonal, at right angles, in circles, squares, and even triangles whilst the eyes of the reader are pressed to follow suit. The physicality of the reader is activated, mind and body bend to follow the flux of the brazen letters. This concept was worth gold in its subsequent application to Campari's commercial graphic design and the slogans more readily captured the attention of the distracted passer-by or reader. The expressive power of the words was doubled just as Marinetti had thought and this was most effectively put in practice by Depero.

*With these revolutions the Futurists were not merely aiming to stimulate the creativity of an elite. On the contrary, they fully intended to reach a mass audience by merging art with day-to-day life. This also explains why Depero married the cause of advertising art and proclaimed its importance in a second amazing publication conceived specifically for Campari in 1931: *Numero Unico Futurista Campari*.*

“the poster is the symbolic image of a product, it is the ingenious plastic and pictorial idea which will exalt it. By extolling with our genius our products and our industries, that is the primary factors of our life, we will only make the purest and truest form of modern art. Advertising art is fatally necessary- fatally courageous”.

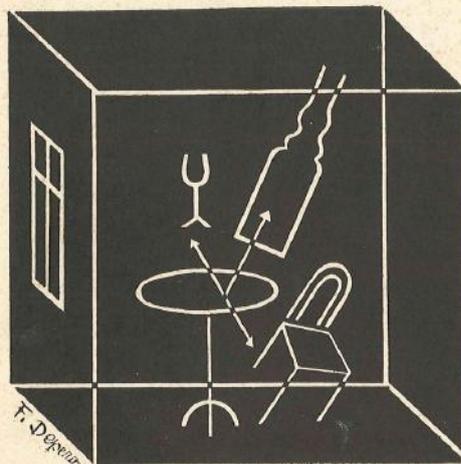
Il *Numero Unico* contiene una raccolta di circa settanta bozzetti pubblicitari creati dall'artista Trentino per la società milanese, rifinitissime composizioni in bianco e nero dove le lettere che piroettano felici con le immagini stimolano ancora l'intelletto dell'osservatore, fanno la gioia di chi si avvicina al mondo Campari, ieri come oggi.

The Numero Unico features a collection of about seventy advertising sketches created for the Milanese brand by the artist from Trentino, refined compositions in black and white where the letters dance happily with the images still stimulate the intellect of the observer, bringing joy of those who approach the Campari world, then as now.

Numero Unico Futurista Campari, Fortunato Depero,
1931, Archivio/Archive Galleria Campari

numero ideato
illustrato e composto
dal pittore poeta
FORTUNATO DEPERO

collaborarono :
il poeta **GIOVANNI GERBINO**
il musicista **FRANCO CASAVOLA**



NUMERO UNICO
FUTURISTA
CAMPARI 1931

creazione
DEPERO

omaggio
della ditta

DAVIDE CAMPARI & C.

MILANO

paesaggio quasi.....
tipografico



In *Paesaggio quasi tipografico* le lettere contenute nelle parole "Cordial Campari" s'iscrivono tra le fronde delle palme, ondeggiando nel respiro del mare fondendosi con la natura rigogliosa della pagina.

In "an almost typographical landscape" the letters contained within the words "Cordial Campari" are graphically planted within the fronds of the palm trees. They sway within the breath of the sea and fuse into the luxuriant nature of the page.



Le lettere del "Cordial" rimbalzano poi leggere e festose nello spazio della china intitolata *Palestra tipografica*. Sono maneggiate con brio dalle maiuscole del nome Campari, a sua volta trasformato in tanti giocolieri che pompano i loro muscoli con gli attrezzi dell'alfabeto.

The letters in "Cordial" then bounce lightly and joyfully within the space of the ink drawing entitled Typographic Gym. They are handled with verve by the capital letters of the name Campari, which in their turn have morphed into jugglers pumping their muscles with alphabet weights.

CORDIAL CAMPANA

F. Depero



**i geroglifici
della gola**



La scena si fa più esotica e si veste di archeologia nell'opera dal titolo *I geroglifici della gola*. Questa volta è l'immagine che diventa testo in una declinazione di tratti e caratteri sempre altamente trasformista. Ed ecco che bottiglie e calici stilizzati assumono il valore di una scrittura archetipica che campeggia sulle piramidi.

The scene becomes more exotic and dons an archaeological atmosphere in the work entitled "the hieroglyphs of the palate". This time it's the image which becomes text within a metamorphosis of marks and characters which is always surprising. Watch closely as bottles and chalices adorning the pyramids are endowed with the value of an archetypal scripture!



Dall'antico Egitto ai grattacieli di New York il passo è breve e nel *Numero Unico* figurano anche svariate composizioni dove il potente logotipo Campari è simbolo della metropoli. Nel caso specifico il progetto di Davide era associare l'immagine di Campari alla modernità urbana d'oltreoceano e Depero era perfetto per questa missione. In questo periodo l'estro dell'artista si congiunge spesso ai testi di Giovanni Gerbino che scrive invocazioni pubblicitarie con la stessa forza dei manifesti Marinettiani: *"grattacieli potenti, vertigini celesti ...raggianti calici di cordialsole..."* Parole che crescono

all'unisono con le forme figurative, composizioni slanciate ed originali che nel complesso si distanziavano dalla scena pubblicitaria dell'epoca dove gli stanchi retaggi del Liberty erano ancora percepibili.

L'architettura, o meglio l'architettura delle lettere, si materializza poi in tutto il suo plasticismo nel 1933, quando Depero disegna un padiglione pubblicitario utilizzando le lettere come materiale di costruzione. Il nome del marchio e dei prodotti costituisce la base di una solida e geometrica struttura, un Tempio moderno, per abitare e vivere il Campari, abitare la vita nell'arte.

Certain compositions from the Numero Unico fly directly from the ancient pyramids to the skyscrapers of New York where the powerful Campari logotype becomes a symbol of the metropolis. In this case Davide's project was to associate the image of Campari to the urban modernity overseas. Depero was the perfect man for this mission and in those years his artistic flair will often be joined to the advertising invocations of Giovanni Gerbino who wrote with the same force of Marinetti's manifestos: "potent skyscrapers, celestial vertigo...radiant chalices of cordialsun..." Words that are amplified along with their figurative forms, streamlined and original compositions which generally distanced themselves from the contemporary advertising scene where the tired legacy of the Liberty style was still perceptible.

Speaking of architecture, in 1933 Depero designs an advertising pavilion where the letters are the real bricks of a solid geometric construction. An architecture of letters therefore materializes itself in all its plasticism; the names of the brand and its products generate a modern temple to house and live Campari, to house life within art.



Cordial Campari, Fortunato Depero, 1929, Archivio / Archive Galleria Campari

Bozzetto di Padiglione per la ditta Davide Campari e C., Fortunato Depero, 1933, Archivio / Archive Galleria Campari



Padiglione Campari, 1980, ph Francesco Radino,
Archivio / Archive Galleria Campari

Grafica pubblicitaria Campari / *Advertising sketch*,
George Guillermaz, 1925 c.

Grafica pubblicitaria Campari / *Advertising sketch*,
1930s, George Guillermaz

Il progetto non venne realizzato ma possiamo osservarne i lati più visionari nella bianca ricostruzione in scala situata nella grande Lobby degli Headquarters di Campari Group il cui progetto è firmato Mario Botta, dove i rimandi tra passato e futuro si esprimono in armonia.

The project never came to fruition, but we can observe its visionary impact in the life size model situated within the great Lobby of the Campari Headquarters, whose project is signed by Mario Botta, where the echo of past and future is harmoniously expressed.

La parola Campari non solo può costituire il cemento di una struttura architettonica ma con le sue lettere si può anche rappresentare un gentiluomo con frac, cilindro e bastone nella grafica dell'artista Gregory, anni '20, che realizza l'intera figura con preziosi dettagli, interamente resi attraverso l'abile combinazione delle lettere che prendono forma, si allungano, si adagiano, si accorciano, disegnando una silhouette molto glamour.

As the round gentleman (1920-25 circa) by G. Guillermaz smartly attests, the word Campari may constitute the concrete of an architectural structure, but its letters can also compose, for example, a gentleman with tails, cylinder and stick as the graphic representation by Gregory in the 1920s. He realizes the entire figure with precious details, entirely rendered through the skillful combination of letters that shape, stretch, lie, shorten, drawing a very glamour silhouette.

Così come la raffinata dama settecentesca con l'elegante abito e la vaporosa parrucca costruiti con le lettere delle parole Cordial Campari, sapientemente combinate tra loro dall'artista G. Guillermaz nel disegno 'Dama' degli anni '30. In quegli anni lo stesso artista applica le sue contorsioni grafiche ad una serie che associa Bitter e Cordial ai costumi tradizionali di alcuni paesi allora poco conosciuti. Sono piccoli ritratti giocosi e "letterizzati" quelli di Guillermaz

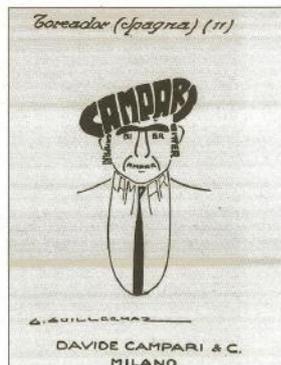
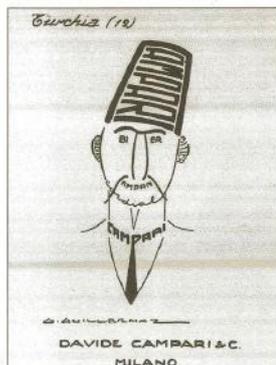
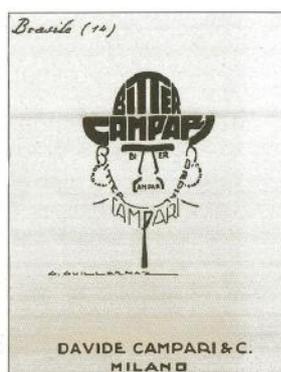
As well as the refined eighteenth-century lady with the elegant dress and the fluffy wig built with the letters of the words Cordial Campari, skillfully combined with each other by the artist G. Guillermaz in the design of the 1930s. In those years the same artist applies his graphic contortions to a series which pairs Bitter and Cordial with the traditional costumes of a few foreign countries with an exotic appeal. These small and playful portraits by Guillermaz appear to

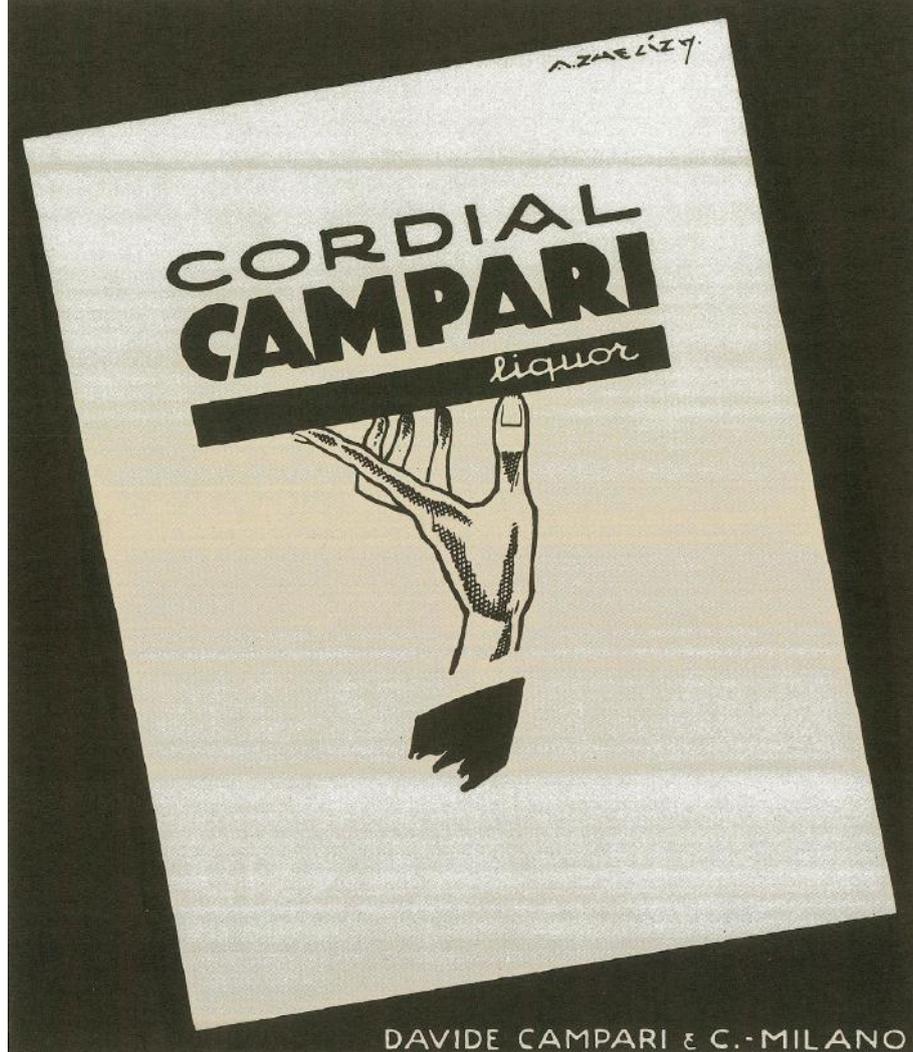
in cui i vari stili della scrittura si piegano a forma di baffo e basette nel Toreador, in naso ed orecchie nel Brasileiro.

Gli effigiati sfilano in questa immaginifica passerella vestendo le lettere come dei cappelli, dal Fez turco all'ampia Sugegasa giapponese i caratteri dei prodotti rinomati giocano a travestirsi in mille modi. Si appoggiano sulle teste dei personaggi sfiorando con estro e leggerezza le menti del pubblico.

be letter-filled to the brim; various writing styles are moulded into the moustache of the Toreador, or into the nose and ears of the Brazilian.

The sitters appear to strut along an imaginary catwalk wearing their letters like hats, from the Turkish fez to the ample Japanese sugegasa the letters of the famous Campari products play a varied game of masquerade. Thus poised on the heads of the characters the letters lightly stroked the minds of the public with their inspiration.





Tra le due guerre la pubblicità Campari è talmente eclettica ed al passo con i tempi che insieme alle lettere vediamo scherzare anche le frecce! Questi fondamentali segni grafici che oggi si usano con grande facilità nel contemporaneo graphic design non erano così consueti negli anni ruggenti. Eppure, l'artista Giorgio Federico Dabovich li coniuga con maestria. Suo il bozzetto del 1928 che vede protagonista la doppia freccia per indicare sinteticamente il legame univoco tra Davide Campari e l'aperitivo più amato dai milanesi. Innegabilmente chic il gioco delle lettere sulla diagonale dell'esile cannuccia nel calice. Slanciate e geometriche come una statuetta Art Déco son le forme della scritta "Bitter Campari" che si posano sulla spessa linea nera, quest'ultima pare proprio

alludere alla tipica base in ebano di un prezioso pezzo di modernariato.

Nel 1935 questa base nera si tramuta in vassoio per servire le eleganti lettere del Cordial, leggermente inclinate all'indietro, in ferma acrobazia sulle lunghe dita del cameriere. È una composizione essenziale ed emblematica dell'illustratore A. Zhelizh dove comprendiamo subito che la forza del nome Campari è tutto ciò che serve per immaginarne l'esperienza. Il nome ci dice tutto, da solo basta per esprimere le credenziali del liquore e questo all'epoca è una costante della comunicazione. La reputazione è tale che il gioco delle lettere è sufficiente per evocare l'immagine ed il gusto del prodotto.

In the period between the two wars Campari advertising is very eclectic and in step with the times. It will not be surprising therefore to see arrows joking around with the letters too! These fundamental signs that are so common to today's contemporary graphic design were not as ordinary during the roaring Twenties. Yet, the artist Giorgio Federico Dabovich conjugates them with mastery. In a drawing from 1928 the double arrow is the protagonist succinctly indicating the unequivocal relationship between Davide Campari and the beloved Milanese aperitif. The play of letters along the diagonal of the slender straw in the glass is undeniably chic. The inscription "Bitter Campari" is streamlined and geometric and, like an imaginary period statuette, it rests on a thick black line. The latter is much like the typical ebony base of a precious piece of Art Deco.

In 1935 we witness the metamorphosis of this black base into a serving tray upon which the elegant letters of the word "Cordial" are gently inclined, but firmly poised on the long acrobatic fingers of the waiter. It's a minimalist but emblematic composition by the illustrator A. Zhelizh wherein we immediately understand that the power of the name Campari is all that is needed to imagine the experience. The name says it all, it sufficiently expresses the credentials of the liquor, and this was a constant of Campari communication. The reputation is such that the game of letters alone perfectly evokes the image and taste of the product.

In effetti un classico come il Cordial aveva bisogno di ben poche introduzioni ma nello stesso anno vediamo una composizione propagandistica dove la danza delle lettere si presta ad una nuova musica; quella del nuovissimo Campari Soda, il primo cocktail premiscelato della storia. La forma del cono-calice rovesciato è firmata Depero, chi altro poteva racchiudere un drink rivoluzionario in un design di estrema efficacia? Mentre l'opera grafica in questione è di Guillermaz, un grande coreografo dell'alfabeto che in questo caso seppe inserire la caratteristica forma dell'innovativa bottiglietta nell'insieme del testo-immagine. Le lettere qui sgorgano da una girandola di vibrazioni sonore emesse dalla bottiglietta stessa, quasi fosse un megafono che ci chiama a raccolta.

I caratteri crescono progressivamente di taglia, si estendono sul fondo bianco dello spazio per simulare l'eco sempre più ampio di queste parole:

CAMPARI SODÀ

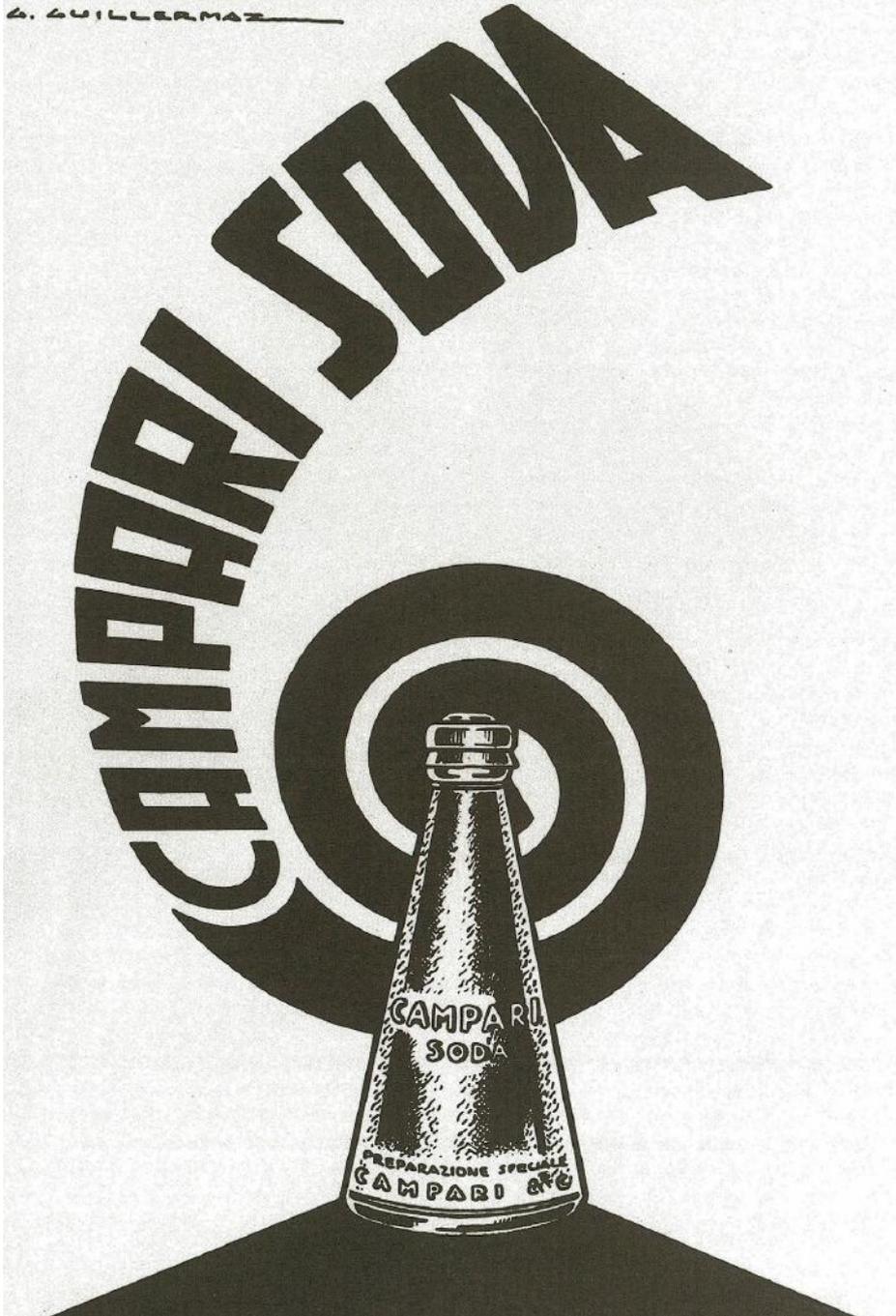
A classic like Cordial Campari was not in need of many introductions but in the same year we also see a promotional composition where the letters dance to a different tune; the brand-new Campari Soda, the first premixed cocktail in history. The cone shaped (or overturned chalice) bottle is signed by Depero. Who else could have designed an effective container for such a revolutionary drink? On the other hand, the drawing in question is by Guillermaz, a great choreographer of the alphabet who was able to fuse the characteristic

è un suono, diventa una doppietta onomatopeica e questo concetto di rappresentazione grafico - uditiva ci riconduce a Marinetti il quale nel 1912 scrisse il libro *Zang Tumb Tumb* per esprimere la sensazione dell'artiglieria durante la prima guerra dei Balcani. Il famoso testo s'inserisce nel progetto più ampio di sintetizzare la tradizionale sintassi e si riallaccia alla già citata rivoluzione tipografica dei Futuristi. È importante realizzare che oltre al dinamico aspetto estetico dei caratteri si voleva esercitare una semplificazione grammaticale della scrittura, accorciare le distanze tra i vari concetti eliminando la punteggiatura e limitando l'uso di aggettivi troppo determinanti. Essenzialmente questo capovolgimento si traduceva nel tema delle "parole in libertà". Al bando le sfumature di linguaggio, l'ordine convenzionale delle frasi e la lungaggine delle descrizioni. Ed ecco che i sostantivi fluttuano sulla pagina liberamente collegando tra loro cose distanti e sviluppando l'intuito del lettore già coscientemente predisposto a correre, come il Campari, con il suo tempo.

shape of the innovative bottle with the text/image. Here the letters pour forth from a pinwheel of sound vibrations emitted by the very bottle almost like a megaphone calling out to us. The letters progressively increase in size, they extend towards the white space of the page, simulating the ever-greater echo of these words:

CAMPARI SODÀ

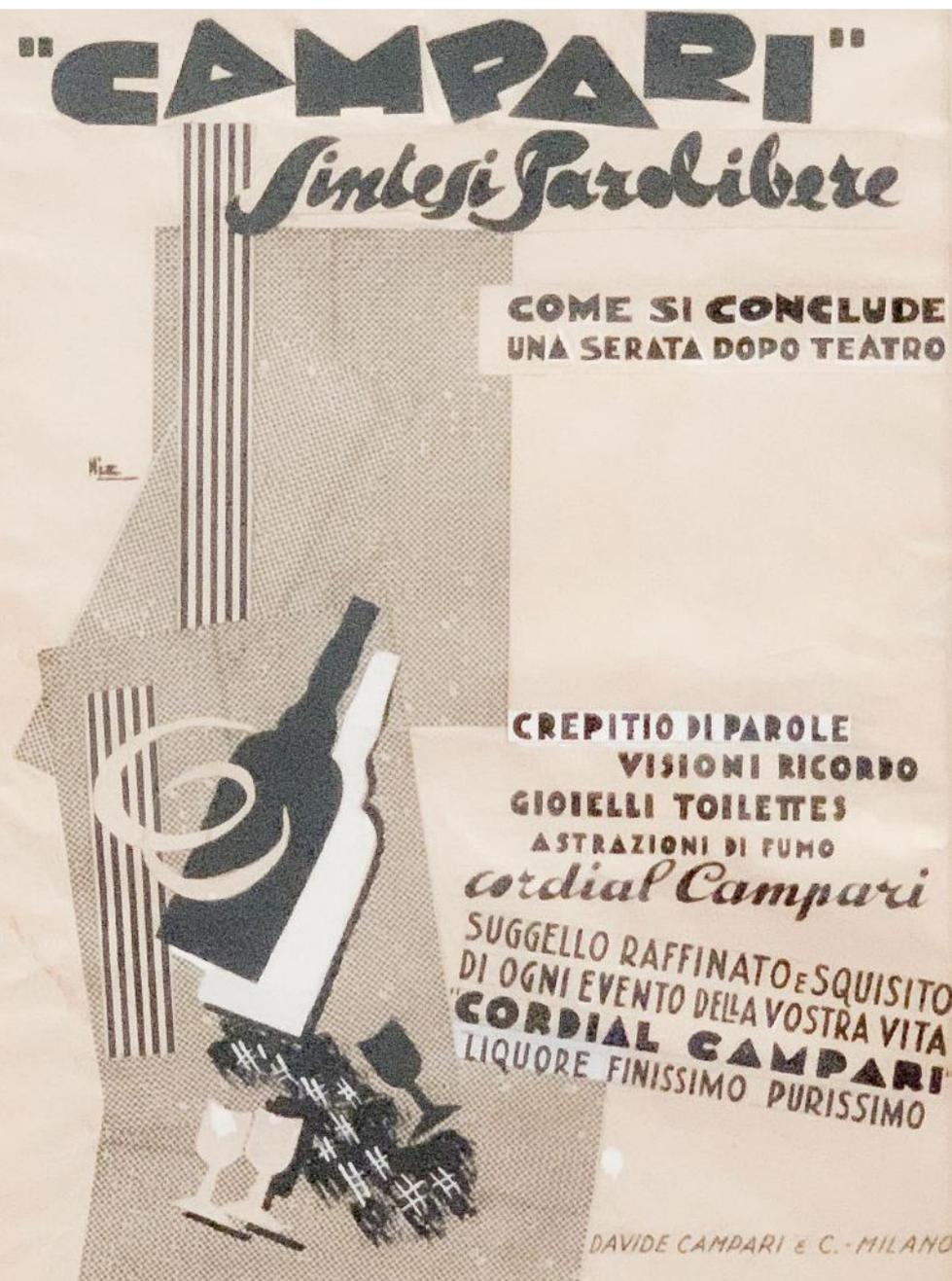
is a sound, becomes an onomatopoeic



Campari Soda, George Guillermez, 1935,
Archivio / Archive Galleria Campari

coupling. This concept of an auditory/graphic representation brings us back to Marinetti who in 1912 wrote the book Zang Tumb Tumb to express the sensation of the artillery during the first Balkan war. The notorious text was part of a larger project involving the simplification of traditional syntax and is directly connected to the aforementioned typographic revolution of the Futurists. Aside from the dynamic aesthetic of the characters it's important to realize that these thinkers wanted to synthesize the grammatical structure of writing. Their goal was to shorten distances between

different concepts by eliminating punctuation and limiting the use of overly determinate adjectives. Essentially this overturning of tradition would translate to the theme of "words in freedom". All linguistic subtleties would be banished, and the conventional order of the phrases would be overthrown. Nouns would now freely float on the page, making connections between previously distant things, developing the intuition of the readers who were already consciously predisposed to run, like Campari, to the rhythm of their time.



Sintesi parolibere, Marcello Nizzoli, 1930, Archivio /
Archive Galleria Campari



Le sintesi parolibere sembrarono fatte appositamente per i ritmi incalzanti della pubblicità e Davide Campari, sempre genialmente a capo del proprio "ufficio propaganda", ne è perfettamente conscio. Quando Marinetti scrive *"Corrono infatti, fra il pubblico e il poeta i rapporti stessi che esistono tra due vecchi amici. Questi possono spiegarsi con una mezza parola, un gesto, un'occhiata. Ecco perché l'immaginazione del poeta deve esprimersi senza fili conduttori, per mezzo di parole essenziali in libertà..."* al "poeta" basterebbe sostituire il termine "industriale" e la relazione tra Campari e l'efficace comunicazione Futurista sarebbe chiara.

Per applicare questi concetti innovativi alle sue inserzioni pubblicitarie Davide Campari assolda il grande designer Marcello Nizzoli che così tanto impatto avrà in Italia sulla cartellonistica, la decorazione, la scenografia ed in primis sul design industriale. Nel 1926 egli aveva già realizzato due celebri manifesti in cui le bottiglie di Bitter e Cordial sono le protagoniste di una prospettiva cubo-futurista. Pochi anni dopo l'inventiva di Nizzoli si coniuga perfettamente ai paroliberi di Emilio Grego e nascono delle composizioni freschissime dove il gioco delle lettere si arricchisce di deliziose "situazioni Campari" per ogni occasione.

The synthesis of words in freedom seems specifically construed for the pressing rhythms of publicity and Davide Campari, (who was still the masterful director of the "propaganda office") was perfectly conscious of this. When Marinetti writes "... the relationship between the public and the poet must be the same as the rapport between two old friends. They are capable of explaining themselves with a few words, a gesture, a wink. Thus, the imagination of the poet must express itself without strings, through essential words in freedom..." one need only substitute "poet" with "industrialist" and the relation between Campari and the efficient Futurist communication would be clearly established.

To apply these novel concepts to his advertisements Davide Campari commissions the great designer Marcello Nizzoli whose impact on Italian poster art, decoration, set design and especially industrial design would be exceptional in the years to come. In 1926 Nizzoli had already produced two famous posters where the bottles of Bitter and Cordial are the focus of a Cubist/Futurist perspective. A few years later Nizzoli's inventiveness is perfectly matched to Emilio Grego's words in freedom. From this marriage of minds, a series of fresh compositions are born, and the game of letters is enriched with exquisite "Campari situations" for every occasion.

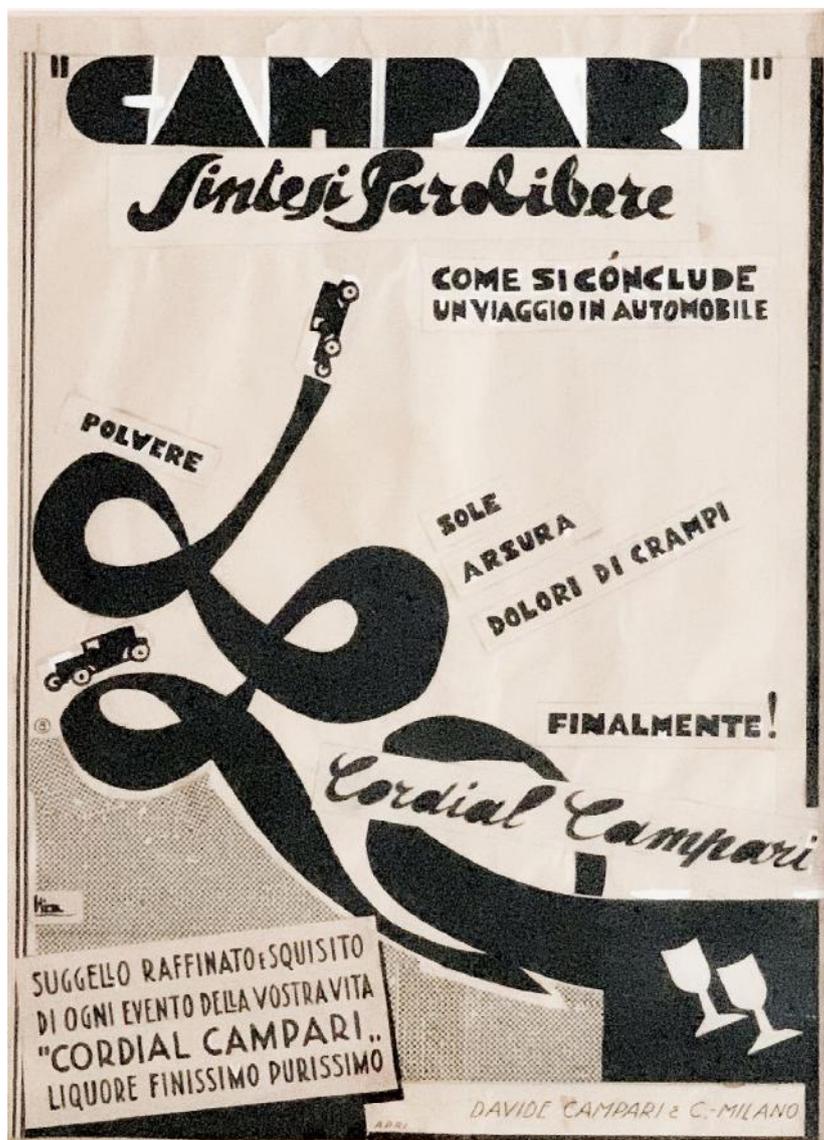
Amongst the most entertaining we may quote How to conclude a congress where the words chosen to evocate it are tinged by a subtle irony; "banquet-speeches-boredom-applause". The corresponding letters are diagonally placed within a merry go round of animated glasses. Suddenly the Cordial bottle makes a speedy entrance from the bottom right-hand corner and in the commotion almost loses the Greek keys of its label. The neck is pointed directly at the banquet; the symmetry of the circle is quickly disrupted, freed from conventions, and a more joyous route is indicated.

Moreover, in the special logotype above we may notice that the word Campari is enclosed in inverted commas, almost as if this were the equivalent of a saying, the current expression of a new society.

The ad How to conclude an automobile trip is equally stimulating; the sportive and bombastic trajectory is indicated by a sinuous asphalt- black line swirling energetically across the surfaces of the page. Words bounce alongside the period car: "dust-sun-burning thirst-cramps", these are the immediate signals of experienced sensations and then everything comes to a halt with an exclamation. Finally! Cordial Campari.

In most cases, it is not about extolling the virtues of the product but rather about staging the Campari lifestyle with letters and images in movement, almost like the synopsis of a movie. The world of celluloid was certainly amongst the most important symbols of a technologically vivacious epoch and Campari often suggested its allure on many occasions.

One might say that like the seventh art, the word Campari contains a cultural kaleidoscope of sensations, experiences, ideals. In just seven letters it can project a whole world of imagery upon the mind of the observer.



Sintesi parolibere, Marcello Nizzoli, 1930, Archivio / Archive Galleria Campari

Tra i più divertenti possiamo annoverare *Come si conclude un congresso* dove le parole che lo evocano sono venute da una sottile ironia: “banchetto-discorsi- noia- applausi”. Le lettere corrispondenti si situano in diagonale all’interno di un girotondo formato dai calici animati. Quando arriva spedito il Cordial dall’angolo inferiore destro, nella commozione perde quasi le greche dell’etichetta e con il collo puntato verso il banchetto sbaraglia la simmetria del cerchio, libera dalle convenzioni ed indica la via più gioiosa. Inoltre, nel particolare logotipo in alto vediamo che la parola Campari è

racchiusa dalle virgolette come se corrispondesse ormai ad un modo di dire, espressione corrente di una nuova società.

Altrettanto stimolante è *Come si conclude un viaggio in automobile* dove il tragitto sportivo e roboante è indicato dalla sinuosa linea nera dell’asfalto che attraversa energicamente la superficie del foglio. Le parole rimbalzano accanto alla macchina d’epoca; “polvere- sole- arsura- crampi” sono le immediate segnalazioni delle sensazioni provate e poi tutto si arresta con un’esclamazione. Finalmente! Cordial Campari.

Nella maggior parte dei casi,

non si tratta di esaltare le virtù del prodotto ma di mettere in scena il Campari life style attraverso lettere ed immagini in movimento, quasi fossero la sintesi di un film. Il mondo della celluloide era certamente tra i simboli più importanti di un’epoca tecnologicamente vivace e Campari ne suggeriva a pieno l’allure in molte occasioni.

Si può dire che proprio come la settima arte la parola Campari contiene un caleidoscopio culturale di sensazioni, esperienze, ideali. In solo sette lettere può proiettare un mondo intero di immagini nella mente dell’osservatore.

DIVLGEROFF,



LIQVOR

DAVIDE CAMPARI & C.-



L'analogia è ben espressa nel bellissimo manifesto dal formato orizzontale (come quello di uno schermo cinematografico) firmato Nicolaj Diulgheroff (1930): la cinepresa inquadra il Cordial Campari dall'alto mentre tra il calice e la bottiglia color giallo oro scorrono veloci le lettere che compongono il nome. Una scia di caratteri si avvolge attorno agli emissari del gusto Campari come il magico nastro sulla bobina di un proiettore, come lettere in gioco.

The analogy is well expressed in the beautiful poster by Nicolas Diulgheroff (1930) formatted horizontally like a movie screen. Here an imaginary camera frames Cordial Campari from above, and the letters that compose the name flow swiftly between the chalice and golden yellow bottle.

A trail of alphabetical characters winds itself around the emissaries of Campari taste like the magic ribbon on the reel of a projector, like letters at play.

Cordial Campari, Nicolaj Diulgheroff, 1930.
Archivio / Archive Galleria Campari

CAMPARI

CAMPARI

CORDIAL

CORDIAL

CORDIAL

1933