

The Most Beautiful Swiss Books			Die schönsten Schweizer Bücher			I più bei libri svizzeri			Les plus beaux livres suisses			2020
Publisher Name	Type	Category	Address	Phone	Website	Founding year	Employees	Published books in 2020	Published books in total	Countries of distribution		

The Publishers' Issue

The Publishers' Issue

3	In a Year Dominated by the Pandemic, Reflections on Publishing, Nicole Udry
7	Liquid Publishing, Gilles Gavillet
10	Publisher's A–Z
15	Revelo N°1. Chroniques de chantier. Transformation de la Gare, CH–1800 Vevey
31	Dear Clay,
43	Sympathie
58	Construire un nouveau Nouveau Monde. L'amékanizm dans l'architecture russe
	Building a new New World. Amerikanizm in Russian Architecture
90	Chaque Mercredi Caracas
94	Human Territoriality
106	This Is Not a Commercial
111	Enzo Mari curated by Hans Ulrich Obrist. With Francesca Giacomelli
123	Corinne
139	Rahel Kraft. Paradoxical Creatures
143	GIGER SORAYAMA
158	Data Centers. Edges of a Wired Nation
174	Richard Tuttle TheStars
191	Dimension of Two
219	NIKE. Better is Temporary
250	Lo Jura di duemoenne. Patoises lattrres, 1896–1914
	Le Jura du Dimanche. Lettres patoises, 1896–1914
255	Tenant of Culture
267	Elisabeth Wild. Fantasías
283	Matthew Lutz-Kinoy, Natsuko Uchino. Keramikos
62	Albert Ferré, Canadian Centre for Architecture, Montréal (CA)
186	Charlotte McInnes, Modern Art, London (UK)
206	Manuel Krebs, Norm, Zürich
223	Emilia Terragni, Phaidon Press Limited, London (UK)
251	Mélinda Fleury, Société jurassienne d'émulation, Porrentruy
286	Franz König, Verlag der Buchhandlung Walther und Franz König, Köln (DE)
313	Krispin Heé, My Favourite Graphic Designer. A modest encomium by Patrick Frey
316	The Competition
317	Jury
318	Technical index
328	Colophon

In a Year Dominated by the Pandemic, Reflections on Publishing Reflexionen über das Verlagswesen – in einem Pandemiejahr L’editoria in un anno segnato dalla pandemia: alcune riflessioni Réflexion sur le monde de l’édition, marqué par une année de pandémie			
<i>The Most Beautiful Swiss Books</i> jury met as planned in Bern on 20 and 21 January 2021.	Die Jury der «schönsten Schweizer Bücher» traf sich wie geplant am 20. und 21. Januar 2021 in Bern.	Come da programma la giuria de «I più bei libri svizzeri» si è riunita a Berna il 20 e 21 gennaio 2021.	Le Jury « Les plus beaux livres suisses » se tiendra comme convenu à Berne les 20 et 21 janvier 2021.
The 2020 edition of <i>The Most Beautiful Swiss Books</i> competition took place under highly unusual circumstances, amidst the ‘second wave’ of the Covid-19 pandemic. Owing to concerns regarding the health situation and quarantine requirements for travellers, three members of the jury were unable to attend. An ad hoc jury was put together, including three new members who had generously agreed to add their names to a list of candidates and come to Bern at very short notice if required. Gilles Gavillet (chair of the jury), Nicolas Eigenheer, Simone Farner, Sereina Rothenberger and Gesa Schneider were eventually present, allowing the event to proceed.	Die Ausgabe 2020 des Wettbewerbs «Die schönsten Schweizer Bücher» fand unter besonderen Bedingungen mitten in der «zweiten Welle» der Covid-19-Pandemie statt. Befürchtungen in Bezug auf die gesundheitliche Sicherheit oder die Quarantänepflicht nach der Einreise hinderten drei Jurymitglieder an ihrer Anwesenheit. Es wurde deshalb eine interimistische Jury mit drei neuen Mitgliedern zusammengestellt. Diese hatten sich zuvor auf eine Liste von Vertretungen aufnehmen lassen und waren bereit, wenn nötig kurzfristig nach Bern zu reisen. Gilles Gavillet (Jurypräsident), Nicolas Eigenheer, Simone Farner, Sereina Rothenberger und Gesa Schneider nahmen letztlich teil und ermöglichten die Durchführung des Wettbewerbs.	L’edizione 2020 del concorso «I più bei libri svizzeri» si è svolta in un contesto molto particolare nel pieno della seconda ondata della pandemia di Covid-19. A causa di timori legati alla sicurezza sanitaria o delle quarantene imposte in relazione ai viaggi, tre membri della giuria non hanno potuto partecipare. È stata allora istituita una giuria ad interim, con tre nuovi membri che hanno generosamente accettato di essere inseriti in un elenco di supplenti da convocare eventualmente a Berna con scarso preavviso. Gilles Gavillet (presidente della giuria), Nicolas Eigenheer, Simone Farner, Sereina Rothenberger e Gesa Schneider erano presenti all’incontro e hanno reso possibile il regolare svolgimento delle attività.	L’édition 2020 du concours des « Plus beaux livres suisses » s’est déroulée dans des circonstances très particulières, en pleine « deuxième vague » de la pandémie de Covid-19. En raison de craintes liées à la sécurité sanitaire ou des quarantaines imposées lors de voyages, trois membres du jury en place n’ont pu être présents. Un Jury intérimaire a été constitué avec trois nouveaux membres qui ont très généreusement accepté de figurer sur une liste de membres suppléants et d’être éventuellement convoqués à Berne dans un délai très court. Gilles Gavillet (président du Jury), Nicolas Eigenheer, Simone Farner, Sereina Rothenberger et Gesa Schneider ont été au rendez-vous et ont permis aux événements de suivre leur cours.
The jury meeting had been meticulously prepared in order to ensure a safe working environment, but permission for it to go ahead was not finally granted until five days before the planned date. Throughout the process, which extended over two days rather than the usual three, the five members of the jury met in an isolated room without any external intervention by scientific associates, editors, secretarial staff or trainees which would have risked exceeding the maximum number of people allowed to gather in one place. Even after each jury meeting, social distancing was maintained, with each person involved dining alone in their hotel room while talking to the others online. When room service offered to serve wine to the guests, they all emerged from their rooms and waited politely in the same corridor, glass in hand, greeting each other with a nod or a smile, before returning to their quarters and picking up the on-screen conversation where it had left off.	Das Treffen der Jurymitglieder wurde aufwändig vorbereitet, um einen sicheren Rahmen zu garantieren. Die definitive Genehmigung wurde erst kurzfristig fünf Tage im Voraus erteilt. Die Sitzungen fanden an zwei statt wie üblich an drei Tagen statt, und die fünf Jurymitglieder trafen sich ohne Aussenstehende (wissenschaftliche Mitarbeiterin, Redakteur, Sekretariatsteam, Praktikantin), damit die zulässige Anzahl von Personen in einem Raum nicht überschritten wurde. Auch nach den Sitzungen musste Abstand gehalten werden und die Jurymitglieder nahmen ihr Abendessen alleine in ihren Hotelzimmern ein, während sie über eine Online-Plattform zusammen diskutierten. Als der Wein eingeschenkt wurde, traten sie kurz aus ihren Zimmern, standen bescheiden mit dem Glas in der Hand im Korridor und grüssten sich mit einem Nicken oder einem Lächeln, bevor sie sich erneut in ihre Zimmer zurückzogen, um das Gespräch wieder aufzunehmen.	L’autorizzazione definitiva all’incontro della giuria – meticolosamente preparato per garantire un contesto di lavoro sicuro –, infatti, è giunta solo cinque giorni prima. Le attività si sono svolte nell’arco di due giorni (anziché tre, come da consuetudine), con i cinque membri della giuria all’interno di una stanza isolata, senza alcun intervento esterno (collaboratrice scientifica, redattore, personale di segreteria, stagista) che avrebbe potuto far eccedere il numero massimo di persone autorizzate a riunirsi in un luogo. Anche nei momenti successivi alle riunioni della giuria è stato imposto il distanziamento sociale, con l’invito a ciascuno a cenare in solitaria nella propria camera d’albergo, conversando con gli altri su una piattaforma online. Quando il servizio in camera ha offerto del vino agli ospiti, tutti sono usciti dalle loro stanze per attendere sommessamente nello stesso corridoio, calice in mano, salutandosi con un cenno del capo o un abbozzo di sorriso, prima di ritirarsi nuovamente in camera e riprendere la conversazione via schermo.	L’autorisation de tenir la séance du Jury, méticuleusement préparée afin de garantir un cadre de travail sécurisé, n’a en effet été confirmée de manière définitive que cinq jours avant son déroulement. Pendant tout le processus qui a eu lieu sur deux jours (au lieu des trois habituels), les cinq membres du Jury se sont retrouvés dans une pièce isolée, sans aucune intervention externe (collaboratrice scientifique, rédacteur, équipe du secrétariat, stagiaire) qui aurait risqué d’outrepasser le nombre maximum de personnes autorisées à se regrouper au même endroit. Même lors des moments qui ont suivi les séances du Jury, la distance sociale a été imposée puisque chaque personne impliquée était invitée à dîner seule dans sa chambre d’hôtel, tout en conversant avec les autres par l’intermédiaire d’une plateforme en ligne. Lorsque le service d’étage a offert de servir du vin à ses hôtes, ils sont tous sortis de leur chambre et ont attendu modestement dans le même corridor, verre à la main, en se saluant d’un signe de tête ou d’un sourire en coin, avant de se replier dans les chambres et de reprendre la conversation par écrans interposés là où ils l’avaient laissée.
At the end of the two days, 19 books published in 2020 were honoured in <i>The Most Beautiful Swiss Books</i> competition and the Jan Tschichold Award was bestowed on Krispin Heé.	In den zwei Tagen wurden 19 Bücher, die 2020 erschienen waren, als «schönste Schweizer Bücher» ausgezeichnet und der Jan-Tschichold-Preis an Krispin Heé vergeben.	Le due giornate si sono concluse con la nomina di 19 libri pubblicati nel 2020 come vincitori del concorso «I più bei libri svizzeri» e l’assegnazione del premio Jan Tschichold a Krispin Heé.	Au terme des deux jours, 19 livres publiés en 2020 sont distingués au concours des « Plus beaux livres suisses » et le prix Jan Tschichold est attribué à Krispin Heé.
While the professional and social lives of people working in the cultural world were – like those of other professions – fundamentally thrown into disarray, the books produced in 2020 had been long in the planning and were not yet hit with the full force of the crisis. The number of works submitted –	Während das berufliche und soziale Leben der Kulturschaffenden – wie in anderen Sektoren auch – vielfach in Frage gestellt wurde, scheinen die schon lange geplanten und 2020 erschienenen	Mentre la vita professionale e sociale dei grandi nomi del mondo culturale – come anche di altri settori – è stata messa in discussio-	Alors que la vie professionnelle et sociale des protagonistes du monde culturel – comme ceux et

370 this time round – is similar to that in the previous year. Some of the jury members nevertheless conjectured about how the culture industry – including the book world – might be affected by Covid-19 in the years ahead. Will the economic fallout from the pandemic ultimately impact the cultural sphere to the extent that the status of the book – already precarious in many ways due to the growth of digital media – becomes even more fragile? Perhaps, but the book as a medium might also turn out to withstand the pandemic quite well, and even benefit from it.

The catalogue has a new team of designers for the next three years: Samuel Bänziger, Rosario Florio and Larissa Kasper.

Some of these questions are tackled in this catalogue which, in its way, gives an insight into the publishing sector in 2020. It provides a survey of the many diversification and market positioning strategies which demand to be ingeniously deployed in order to safeguard the existence of the book: funding, programming, distribution, promotion. Gilles Gavillet offers an analysis of these policies as they manifest themselves through the competition and in a more global context. There then follow interviews with six publishing houses connected to the 19 award-winning books, with each exemplifying a particular publishing model: cultural institution acting as a self-publisher and joint editor; long-established publishing company of considerable size; publisher specialising in art books and owner of art bookshops; independent publishing practice initiated by graphic designers as an extension of their work; commercial art gallery with self-publishing activities; institutional, small-scale regional publisher. The transcripts of these conversations are inserted into the catalogue on top of a basic structure that runs through the book from beginning to end, comprising a list of data gathered from the 200 publishers that submitted one or more books to the competition.

Also incorporated into this framework are a wide range of promotional images produced by the publishers of the 19 awarded books for the press and social media, often before the books were actually printed, and which in general tend to shape our view of the production. By way of a counterpoint, large-scale reproductions of the winning books, meticulously photographed by Matthias Gabi in a hyperrealist style, reveal either the

Bücher nicht mit voller Wucht von der Krise getroffen worden zu sein. Insgesamt wurden 370 Bücher eingereicht, ungefähr gleich viele wie im Vorjahr. Einige Jurymitglieder äusserten aber ihre Besorgnis darüber, wie die Kulturindustrie – und damit auch die Buchproduktion – in den kommenden Jahren durch die Covid-19-Krise beeinflusst werden könnte. Werden die finanziellen Einbussen des Kulturbereichs durch die Pandemie dazu führen, dass der Status des Buches, der durch die Expansion der digitalen Medien bereits gefährdet ist, noch weiter geschwächt wird? Das Buch als Medium könnte der Pandemie aber auch trotzen oder sogar gestärkt daraus hervorgehen.

Der Katalog wird in den kommenden drei Jahren von einem Kollektiv gestaltet: Samuel Bänziger, Rosario Florio und Larissa Kasper.

Einige der aufgeworfenen Fragen werden im vorliegenden Katalog behandelt, der auf seine Art einen Überblick über die Lage des Verlagssektors im Jahr 2020 bietet. Er zeigt verschiedene Strategien zur Diversifizierung und zur Marktpositionierung auf, die es geschickt umzusetzen gilt, um das Überleben des Buches zu sichern: Finanzierung, Programmierung, Vertrieb, Werbung. Gilles Gavillet analysiert diese Strategien im Kontext des Wettbewerbs und in einem allgemeineren Zusammenhang. Zudem wurden unter den Verlagen der 19 ausgezeichneten Bücher sechs Gesprächspartnerinnen und -partner ausgewählt, die unterschiedliche Typen verlegerischer Praxis repräsentieren: Kulturinstitution als Verlag und Mitherausgeber; grosser Verlag mit langjähriger Tradition; auf Kunstbücher spezialisierte Verlagsbuchhandlung mit eigenen Läden; unabhängige und selbst-initiierte verlegerische Praxis von Grafikschaffenden als Ergänzung ihrer Arbeit; Eigenverlag einer kommerziellen Kunstgalerie; institutioneller, regionaler Kleinverlag. Die Transkriptionen dieser Gespräche wurden in die Grundstruktur des Katalogs eingegliedert – eine Liste mit Daten, die bei sämtlichen am Wettbewerb beteiligten Verlagen erhoben wurden.

Ebenfalls in dieses Raster fügen sich heterogene Werbebilder der 19 ausgezeichneten Bücher aus Presse und Social Media ein. Sie werden von den Verlagen oft vor dem Erscheinen der Bücher produziert und prägen unseren Blick auf die Produktion. Als Kontrapunkt dazu lassen grossformatige Reproduktionen der 19 Bücher, von Matthias Gabi minu-

ne sotto diversi punti di vista, i libri prodotti nel 2020, progettati da tempo, non sembrano ad oggi aver subito il pieno impatto della crisi. Il numero di opere presentate al concorso di quest'anno, 370, è simile a quello dell'anno precedente. Nella giuria, tuttavia, alcuni membri hanno voluto esprimere qualche riflessione su come il Covid-19 potrebbe influenzare nei prossimi anni il settore culturale – libri compresi. In questo campo le ripercussioni economiche della pandemia saranno tali da incrinare ulteriormente lo status del libro, per molti versi già precario dall'avvento del digitale? D'altro canto, il medium libro potrebbe benissimo resistere alla pandemia, o magari trarne persino beneficio.

Il catalogo sarà curato per tre anni da un nuovo team di designer: Samuel Bänziger, Rosario Florio e Larissa Kasper.

L'edizione di quest'anno cerca di rispondere ad alcuni degli interrogativi sopracitati, offrendo una sua interpretazione e visione del settore editoriale nel 2020. Il volume passa in rassegna varie strategie di diversificazione e posizionamento sul mercato, ingegnosamente applicate per garantire l'esistenza del libro: finanziamento, programmazione, distribuzione, promozione. Gilles Gavillet propone un'analisi di queste politiche soffermandosi sulla loro espressione nei libri iscritti al concorso e in un'ottica più globale. L'intento si traduce poi in una serie di interviste a sei case editrici collegate ai 19 libri premiati e rappresentative di altrettanti modelli editoriali: casa editrice istituzionale e co-editore; casa editrice secolare di grandi dimensioni; casa editrice specializzata in libri d'arte e proprietaria di libreria del settore; casa editrice indipendente, avviata su iniziativa dei graphic designer come espansione della loro attività; piccola casa editrice annessa a una galleria d'arte; casa editrice istituzionale, regionale e di dimensioni modeste. Le trascrizioni delle conversazioni si inseriscono nel catalogo all'interno di una struttura di base che percorre il volume dall'inizio alla fine, formata da un cospicuo elenco di dati ottenuti dalle 200 case editrici che hanno partecipato al concorso con uno o più libri.

Questa griglia comprende anche immagini promozionali di vario genere dei 19 libri premiati, concepite per la stampa e le reti sociali e prodotte dalle case editrici spesso prima dell'uscita dei libri rappresentati – si tratta di immagini che in generale tendono a influenzare la percezione della produzione.

celles d'autres secteurs professionnels – a été remise en question de multiples façons, les livres produits en 2020, planifiés de longue date, semblent ne pas avoir subi à ce jour l'impact de la crise de plein fouet. Le nombre d'ouvrages soumis au concours, 370 cette année, est similaire à celui de l'année précédente. Au sein du Jury, certains membres se sont cependant livrés à des conjectures sur la manière dont l'industrie culturelle – y compris celle du livre – pourrait être affectée par la Covid-19 dans les années à venir. Les retombées économiques de la pandémie finiront-elles par affecter le domaine culturel à un point tel que le statut du livre, à bien des égards précaires depuis l'expansion des médias numériques, en serait davantage fragilisé ? Le livre en tant que média pourrait très bien résister à la pandémie, peut-être même en tirer parti.

Le catalogue se dote d'une nouvelle équipe de designers pour les trois prochaines années : Samuel Bänziger, Rosario Florio et Larissa Kasper.

Certaines de ces questions sont abordées dans ce catalogue qui, à sa manière, donne un aperçu du secteur de l'édition tel qu'il se présentait en 2020. Le catalogue fait un tour d'horizon des multiples stratégies de diversification et de positionnement dans le marché, déployées ingénieusement afin de garantir l'existence du livre : financement, programmation, distribution, promotion. Gilles Gavillet propose l'analyse de ces politiques telles qu'elles apparaissent à travers le concours et dans un contexte plus global. Puis, l'entreprise est menée sous forme d'entretiens auprès de 6 maisons d'éditions en lien avec les 19 livres primés et emblématiques d'un modèle d'édition particulier : maison d'édition institutionnelle et coéditrice ; maison d'édition centenaire, de grande envergure ; maison d'édition spécialisée en livres d'art et propriétaire de librairies d'art ; maison d'édition indépendante, maison d'édition auto-initiée par des graphistes en prolongement à leurs activités ; maison d'édition de petite taille rattachée à une galerie d'art ; maison d'édition institutionnelle, maison d'édition régionale et de petite taille. Les retranscriptions de ces conversations sont intercalées dans le catalogue sur une structure de base courant du début à la fin, formée par une liste consistante de données recueillies auprès des 200 maisons d'éditions ayant soumis un ou plusieurs livres au concours.

clumsiness or the genius that lies in the detail. The result is two distinct narrative structures that develop and evolve on the basis of differing strategies. Directly linked to the large-format photographs, appraisals of the works based on statements collected from the jury members at the end of the session underline the multiple levels of professionalism in these creations: distribution and contextualisation of the content, conceptual approaches, aesthetic strategies, formal decisions, means of production, level of engagement, posture and attitude. Finally, departing from the structure is an inspired homage to the winner of the Jan Tschichold Award entitled 'Krispin Heé, My Favourite Graphic Designer. A modest encomium by Patrick Frey'.

This catalogue is the first in a series conceived by Samuel Bänziger, Rosario Florio and Larissa Kasper. The collective, who are associated with Olivier Hug and collaborate freely in various constellations, also run their own independent publishing house based in St.Gallen. The concept for the three catalogues is inspired by their own professional practice and by the fundamental protagonists inextricably bound up with book production: publishers, content editors and designers.

As the pandemic continues to shape our individual lives as well as the social and cultural fields in their entirety, the annual series of events linked to *The Most Beautiful Swiss Books* will be constantly adapted during 2021.

There is no announcement to make regarding the annual *Best Book Design from all over the World* competition organised by the Stiftung Buchkunst in Leipzig, in which the award-winners of *The Most Beautiful Swiss Books* competition customarily take part and have frequently been honoured. The competition has been postponed to the end of April 2021, with the results being announced at the end of May – the date to which the 2021 Leipzig Book Fair, originally scheduled to take place in its usual form, has itself been postponed and replaced with a virtual version – and hence too late for inclusion in this catalogue.

Last year, a stroke of good fortune – a brief period during which we caught our breath between two waves – enabled us to stage the inaugural exhibition at the Helmhaus Zürich and present to the public not just the 19 award-winning books but all those that

tiös im hyperrealistischen Stil fotografiert, Ungeschicktes und Geniales im Detail erscheinen. Zwei Perspektiven also, die sich gegenseitig ergänzen und auf geradezu gegensätzlichen Strategien beruhen. In direktem Bezug zu den grossformatigen Fotografien unterstreichen die Bewertungen der Werke durch die Jurymitglieder die verschiedenen Ebenen in der professionellen Umsetzung: Verteilung und Einbettung der Inhalte, konzeptuelle Ansätze, ästhetische Strategie, formelle Entscheidungen und Produktionsmittel sowie Engagement, Positionierung und Haltung. Schliesslich richtet sich eine Hommage mit dem Titel «Krispin Heé, meine Lieblingsgrafikdesignerin. Eine kleine Lobrede von Patrick Frey» unabhängig von der Grundstruktur des Katalogs direkt an die Preisträgerin des Jan-Tschichold-Preises.

Dieser Katalog ist der erste, den Samuel Bänziger, Rosario Florio und Larissa Kasper verantworten. Das Kollektiv arbeitet mit Olivier Hug, aber auch frei in verschiedenen Formationen zusammen und führt einen unabhängigen Verlag in St.Gallen. Das Konzept der drei Kataloge ist von ihrer eigenen Berufspraxis und den Hauptakteuren der Buchproduktion inspiriert: Verlage, Herausgeberinnen und Herausgeber, Gestalterinnen und Gestalter.

Während die Pandemie das Leben der Menschen und die gesamte Gesellschaft und Kultur weiter prägt, werden die Veranstaltungen zu den «schönsten Schweizer Büchern» im Lauf des Jahres kontinuierlich angepasst werden.

Derzeit können wir noch nichts sagen zum Wettbewerb «Schönste Bücher aus aller Welt», der von der Stiftung Buchkunst Leipzig organisiert wird und auch den «schönsten Schweizer Büchern» jeweils eine Plattform und eine Gelegenheit zur Auszeichnung bietet. Er wurde auf Ende April 2021 verschoben, und die Ergebnisse werden Ende Mai erwartet, wenn die – zuerst verschobene und jetzt durch eine Online-Version ersetzte – Leipziger Buchmesse 2021 stattfindet. Zu spät also für diesen Katalog.

Im letzten Jahr durften wir glücklicherweise – zwischen zwei Wellen – die Eröffnungsausstellung im Helmhaus Zürich durchführen und dem Publikum nicht nur die 19 prämierten, sondern alle am Wettbewerb eingereichten Bücher vorstellen. Einzig die Ver-nissage, an der sich sonst die Szene der Buchgestaltung trifft,

A fare da contrappunto vi sono riproduzioni su grande scala dei libri premiati, sapientemente fotografati da Matthias Gabi in uno stile iperrealistico che mette in risalto i dettagli, goffi o geniali che siano. Due strutture narrative, quindi, che nascono e si sviluppano sulla base di strategie divergenti. Direttamente collegate alle fotografie in grande formato, le valutazioni dei libri redatte sulla scorta delle dichiarazioni raccolte dai membri della giuria al termine del loro incontro mettono in risalto i vari livelli di professionalità delle creazioni: distribuzione e contestualizzazione dei contenuti, approcci concettuali, strategie estetiche, decisioni formali, mezzi di produzione, ma anche impegno, impostazione e atteggiamento. Infine, slegato da questi criteri, viene rivolto alla vincitrice del Premio Jan Tschichold un omaggio ispirato dal titolo «Krispin Heé, la mia graphic designer preferita. Un piccolo encomio di Patrick Frey».

Il presente catalogo è il primo della serie concepita da Samuel Bänziger, Rosario Florio e Larissa Kasper. Il gruppo, associato a Olivier Hug, collabora liberamente in varie formazioni ed è anche alla guida di una casa editrice indipendente con sede a San Gallo. L'idea dei tre cataloghi si ispira alla loro pratica professionale e alle attività fondamentali e inscindibili legate alla produzione libraria: case editrici, editor dei contenuti, designer.

Nel 2021, mentre la pandemia continua a impattare sulla vita delle singole persone e sul contesto socioculturale nel suo complesso, la serie annuale di eventi connessi a «I più bei libri svizzeri» subisce continui ritocchi.

Per ora è prematuro dare comunicazioni sul concorso annuale «I più bei libri del mondo», organizzato dalla Fondazione Buchkunst di Lipsia, a cui solitamente partecipano i vincitori del concorso «I più bei libri svizzeri», ottenendo anche spesso delle distinzioni. Il concorso è stato infatti rinviato alla fine di aprile 2021 e i risultati sono previsti per la fine di maggio, in concomitanza con la Fiera del libro di Lipsia 2021, prima rinviata e ora sostituita da un programma online. Per questo motivo non possono essere già inclusi nel presente catalogo.

L'anno scorso, una felice boccata d'aria tra due ondate ci ha permesso di organizzare la mostra inaugurale all'Helmhaus di Zurigo e di presentare al pubblico tutti i volumi iscritti al concorso, compresi ovviamente i 19 che sarebbero

S'intègrent également sur cette grille des images promotionnelles hétérogènes des 19 livres primés à destination de la presse et des réseaux sociaux et produites par les maisons d'éditions souvent avant la parution des livres représentés, qui de manière générale tendent à façonner notre regard sur la production. En contrepoint, les reproductions à grande échelle des livres primés, photographiés minutieusement par Matthias Gabi dans un style hyperréaliste, permettent de relever la maladresse ou le génie du détail. Deux structures narratives donc qui se construisent et s'élaborent sur la base de stratégies divergentes. En lien direct avec les photographies de grand format, les évaluations des ouvrages basées sur les déclarations recueillies auprès des membres du Jury au terme de la séance, soulignent les nombreux niveaux de professionnalisme des réalisations : distribution et contextualisation du contenu, approches conceptuelles, stratégies esthétiques, décisions formelles, moyens de production, ainsi que niveau de l'engagement, posture et attitude. Enfin, de manière indépendante à la structure en place, un hommage inspiré est adressé à la lauréate du prix Jan Tschichold sous le titre de « Krispin Heé, ma designer graphique préférée. Une petite laudatio de Patrick Frey ».

Ce catalogue est le premier volet de la série conçue par Samuel Bänziger, Rosario Florio et Larissa Kasper. Associés à Olivier Hug, le collectif, dont les membres collaborent librement sous diverses formations, est également à la tête de sa propre maison d'édition indépendante basée à St-Gall. Le concept des trois catalogues s'inspire de leur propre pratique professionnelle et des activités fondamentales et indissociables liées à la production du livre : les maisons d'édition ; les éditeurs et éditrices de contenus ; les designers.

Au fil de l'année 2021, alors que la pandémie continue de façonner les vies individuelles autant que le champ social et culturel dans son ensemble, la série annuelle d'événements liés aux « Plus beaux livres suisses » est constamment adaptée.

Pas d'annonce à faire du côté du concours annuel « Les plus beaux livres du monde entier », organisé par la Fondation Buchkunst de Leipzig auquel les livres lauréats du concours des « Plus beaux livres suisses » prennent habituellement part et ont la chance d'y être souvent distingués. Le concours est reporté à la fin avril 2021 et les

were entered in the competition. The only fly in the ointment was that the vernissage at which the book design community gathers together each year could not take place. However, a series of films produced at the exhibition venue allowed the awards to reach a wide audience. In autumn, the various locations in Switzerland and abroad that played host to the exhibition – reduced in size, postponed or in some cases cancelled – skilfully appropriated the content supplied to them in order to produce their own videos, interviews and book presentations for broadcast online. They are a treat.

I hope to see many of you in connection with the awards, both in person and online, throughout 2021. Let's see what the year holds in store.

konnte leider nicht stattfinden. Als Ersatz ermöglichten in der Ausstellung gedrehte Filme eine breite Vermittlung des Wettbewerbs. Im Herbst nutzten die verschiedenen Ausstellungsorte, an denen die – reduzierte, verschobene oder auch abgesagte – Ausstellung gezeigt werden sollte, ihrerseits geschickt die verfügbaren Mittel, um online Videos, Interviews oder Präsentationen zu zeigen. Ein Glücksfall.

Ich hoffe, Sie zahlreich bei den «schönsten Schweizer Büchern» begrüßen zu dürfen, sei es vor Ort oder online, je nachdem, wie sich die Lage entwickeln wird.

poi risultati vincitori. L'unica deviazione dal programma è stata l'annullamento della vernice, la cornice in cui ogni anno si incontrano i protagonisti del design editoriale. Per lo meno, la realizzazione di video nei locali dell'esposizione ha reso possibile un'ampia divulgazione del premio. Poi, dall'autunno in poi, i vari siti svizzeri ed esteri destinati a ospitare la mostra – ridimensionata, posticipata se non direttamente annullata – hanno saputo sfruttare abilmente quei contenuti per produrre a loro volta e pubblicare online filmati, interviste o presentazioni di libri. Una manna dal cielo.

Spero di potervi accogliere numerosi e numerose intorno ai più bei libri svizzeri, di persona e online, a seconda di cosa ci riserverà ancora il 2021.

résultats annoncés à la fin mai – date à laquelle La Foire du livre de Leipzig 2021 qui devait prendre place dans sa forme habituelle est reportée et remplacée par une version virtuelle – seront connus trop tardivement pour figurer dans ce catalogue.

L'année dernière, d'heureux auspices – une respiration entre deux vagues – nous avaient permis d'organiser l'exposition inaugurale au Helmhaus Zürich et de présenter au public non seulement les 19 livres lauréats mais aussi tous les livres soumis au concours. Seule entorse au programme, le vernissage durant lequel la scène du design éditorial se rencontre chaque année n'a pu avoir lieu. En contrepartie, la production de films tournés sur le lieu d'exposition a permis une large diffusion du prix. Puis, dès l'automne, les différents sites suisses et étrangers accueillant l'exposition – réduite, reportée ou parfois annulée – se sont habilement emparés des contenus mis à leur disposition pour, à leur tour, produire vidéos, interviews ou présentations de livres diffusées en ligne. Une aubaine.

J'espère vous voir nombreuses et nombreux autour du prix, en personne et en ligne, tout au long de cette année 2021. Voyons sous quels augures elle se présentera.

Liquid Publishing Flüchtiges Verlagswesen Editoria liquida L'édition liquide

Historically speaking, publishing's strength shifted from production (until the 1980s) to distribution (the key word of the 1990s onward) and we can hypothesize that today, in the digital age, it will again locate to a new function: the publisher's program.

– Lionel Bovier, *10 Years in Art Publishing*, JRP|Editions, 2014

The publishing world has witnessed a new wave of technological, organisational and economic change over the last ten years, and *The Most Beautiful Swiss Books* competition is an opportunity to consider its broad outlines.

While the printing industry has moved further towards homogenisation of standards and efficiency in production speeds, it has also reduced the average product numbers required for a project. At the same time, distribution strategies have diversified, shifting from mass dissemination to individualisation, and from e-commerce to the proliferation of producer micro-fairs. So what does it mean to be a *maison d'édition* or a *Verlag* against that backdrop, and what is the role of print, given the increasing number of options available?

These days, a publisher's programme essentially supplies a context for content that is increasingly fluid and often immediately accessible via digital channels. Although publishing still allows a point of view to be set down definitively in printed form, the book itself is increasingly just one medium among many. In the past, content was conceived specifically for the format; now it is designed for a range of (digital) media and sometimes takes the form of a book object chosen for its specific qualities (materiality, status, durability).

While the 'historical' Swiss publishers still focus on specialised fields (art, photography, literature, cooking, etc.) and employ classic methods of distribution (sales representatives, bookshops, etc.), new players have emerged that use their own hybrid models to deliver their products. They include universities, which are making huge investments in the book in order to communicate their academic activities via often innovative publishing projects, the economics of which do not depend on advance – or

Historisch gesehen verlagerte sich der Schwerpunkt der Verlagstätigkeit von der Produktion (bis in die 1980er-Jahre) zum Vertrieb (das Schlüsselwort der 1990er-Jahre), und es ist zu vermuten, dass sich ihre Funktion im heutigen digitalen Zeitalter nochmals neu verschiebt: hin zum Verlagsprogramm.

– Lionel Bovier, *10 Years in Art Publishing*, JRP|Editions, 2014

In den letzten zehn Jahren hat sich die Verlagswelt technisch, organisatorisch und wirtschaftlich umgestaltet. Der Wettbewerb «Die schönsten Schweizer Bücher» bietet die Gelegenheit, die wichtigsten Konturen dieser Entwicklungen nachzuzeichnen.

Im Druckwesen wurden die Standards zunehmend vereinheitlicht, die Produktionsraten effizienter und die durchschnittlichen Produktionsmengen für ein Projekt reduziert. Parallel dazu wurden die Vertriebsstrategien vielfältiger und reichen nunmehr vom Massenvertrieb bis hin zu Kleinstauflagen, vom *E-Commerce* bis hin zu Mikro-Buchmessen. Was bedeutet es in diesem Kontext, als Verlag oder *Publisher* zu agieren, und wie entwickelt sich das Druckerzeugnis angesichts der Vielfalt der Möglichkeiten?

Heutzutage bietet ein Verlagsprogramm einen Rahmen für immer flüchtigere Inhalte, die oft sofort auf digitalen Medien zugänglich sind. Eine Publikation ermöglicht zwar immer noch die konkrete Äusserung eines Standpunktes in gedruckter Form, doch das Buch erscheint zunehmend als ein Medium *unter anderen*. Während Inhalte früher speziell für das Buchformat entworfen wurden, sind sie heute für eine ganze Reihe von (digitalen) Medien konzipiert und werden manchmal in einem Buchobjekt veröffentlicht, wenn dessen spezifische Eigenschaften wie Materialität, Status oder Haltbarkeit erwünscht sind.

Während sich die «historischen» Schweizer Verlage nach wie vor auf Spezialgebiete wie Kunst, Fotografie, Literatur oder Kochen konzentrieren und den traditionellen Vertrieb mit Verkaufvermittlung und Buchhandel nutzen, sind neue Akteure mit eigenen, hybriden Vertriebsmodellen hinzugekommen. Zu ihnen gehören Universitäten und Hochschulen, die massiv

Storicamente, il punto forte dell'editoria si è spostato dalla produzione (fino agli anni Ottanta) alla distribuzione (la parola d'ordine dal 1990 in poi) ed è legittimo ipotizzare che oggi, nell'era digitale, si sposterà ancora, verso una nuova funzione: il programma editoriale.

– Lionel Bovier, *10 Years in Art Publishing*, JRP|Editions, 2014

Negli ultimi dieci anni, il mondo dell'editoria ha visto tutta una serie di evoluzioni, sul piano tecnico, organizzativo ed economico, che il concorso «I più bei libri svizzeri» permette di studiare.

Mentre da un lato il settore della stampa ha posto ancor più l'accento sull'armonizzazione degli standard e l'efficienza dei ritmi di produzione, dall'altro ha anche permesso di ridurre le quantità medie realizzate per singolo progetto. Parallelamente, le strategie di diffusione si sono diversificate, dalla distribuzione di massa alle opere riservate, dal commercio elettronico alla proliferazione delle microfiere di produttori. Cosa significa allora essere un editore (o un *publisher* o un *Verleger*) in un contesto del genere? E qual è il ruolo della tipografia in questa congerie di possibilità?

Oggigiorno un programma editoriale dona in sostanza un contesto a contenuti sempre più fluidi, spesso immediatamente accessibili sui media digitali. Mentre l'atto editoriale permette sempre di fissare concretamente un punto di vista (attraverso la stampa), il libro si pone vieppiù come un supporto *fra tanti*. Se un tempo i contenuti venivano concepiti appositamente per questo formato, oggi nascono rivolgendosi a tutta una serie di supporti (digitali), e talvolta prendono forma come libro-oggetto per le loro qualità specifiche (materialità, status, durevolezza).

Mentre gli editori svizzeri «storici» continuano a concentrarsi su settori specializzati (arte, fotografia, letteratura, cucina ecc.) facendo ancora ricorso alla distribuzione classica (intermediari, librerie ecc.), sono emersi anche nuovi attori che stanno sviluppando propri modelli di distribuzione ibrida. Tra questi le scuole universitarie, che investono a profusione in libri per comunicare la loro attività accademica con progetti editoriali spesso innovativi, e la

Historiquement, la force de l'édition a longtemps résidé dans la fabrication (jusqu'aux années 1980) avant de se déplacer vers la distribution (devenue le mot-clé à partir des années 1990), et aujourd'hui, à l'ère numérique, on peut émettre l'hypothèse qu'elle viendra s'incarner dans une nouvelle activité : le programme éditorial.

– Lionel Bovier, *10 Years in Art Publishing*, JRP|Editions, 2014

Ces dix dernières années, le monde de l'édition a connu de nouvelles évolutions, techniques, organisationnelles et économiques dont le concours des « Plus beaux livres suisses » offre la possibilité d'examiner les principaux contours.

Tandis que le domaine de l'imprimerie a encore accentué l'homogénéisation des normes et l'efficience des rythmes de production, il a aussi permis la réduction des quantités moyennes réalisées pour un projet. En parallèle, les stratégies de diffusion se sont diversifiées, allant désormais de la distribution de masse à la confidentialité, du *e-commerce* à la multiplication de micro-foires de producteurs. Que signifie donc être un *publisher* ou un *Verleger* dans un tel contexte et quel est le rôle de l'imprimé face à cette multiplication des possibilités ?

Désormais, un programme éditorial offre essentiellement un contexte à des contenus de plus en plus fluides, souvent immédiatement accessibles sur des supports digitaux. Si l'acte d'éditer permet toujours de fixer de manière concrète un point de vue (sous forme imprimée), le livre apparaît de plus en plus comme un support *parmi d'autres*. Alors que l'on concevait des contenus spécifiquement pour ce format, ils sont désormais pensés pour une palette de médias (digitaux) et s'incarnent parfois en un objet-livre pour ses qualités spécifiques (matérialité, statut, durabilité).

Si les éditeurs suisses « historiques » se concentrent toujours sur des champs spécialisés (art, photographie, littérature, cuisine, etc.) et ont encore recours à une distribution classique (intermédiaires de vente, librairies, etc.), de nouveaux acteurs ont émergé et développent des modèles de diffusion hybrides qui leur sont propres. Parmi eux figurent les hautes écoles qui investissent massivement dans le livre pour commu-

even normal – sales. The ability to produce smaller print runs of less than 1,000 in a very short time is enabling numerous micro-publishers to develop an autonomous model based on direct sales, either online or at independent book fairs. Easier access to production facilities means that many books which a decade ago would have been self-produced (such as the history of a local restaurant) can now be professionally published, favouring the emergence of new publishing typologies along the lines of the ‘archive book’.

While the ‘end of print’ may well have arrived for many traditional media, the digital age is not impacting the book in the same way. It may have been around for several centuries, but the book remains at the heart of the modern-day publishing business. Its longevity is a tribute to the dedication and high-quality practice of those who produce it – and, especially, to the work of designers.

in innovative Verlagsprojekte investieren, um ihre akademische Tätigkeit zu vermitteln. Die Wirtschaftlichkeit dieser Publikationen ist nicht an Vorverkäufe und nicht einmal an Verkäufe gebunden. Auch viele Kleinstverlage profitieren von der Möglichkeit, kleine Auflagen mit weniger als 1000 Exemplaren in kürzester Zeit zu produzieren, welche sie dann online oder auf unabhängigen Buchmessen nach verschiedenen Modellen des Direktverkaufs absetzen. Dieser einfachere Zugang zur Produktion ermöglicht die Publikation zahlreicher Werke, die vor einem Jahrzehnt noch als «selbstproduziert» bezeichnet worden wären – zum Beispiel die Geschichte eines lokalen Restaurants – und fördert das Aufkommen neuer Publikationstypen, wie etwa das «Archivbuch».

Während für viele traditionelle Medien *the end of print* gekommen zu sein scheint, sind Bücher nicht im gleichen Ausmass vom digitalen Wandel betroffen. Das Buch existiert seit Jahrhunderten und steht auch heute noch im Zentrum des Verlagswesens. Eine Langlebigkeit, die auf dem Engagement und dem hohen Fachwissen der Verlage und insbesondere auch der Gestalterinnen und Gestalter beruht.

cui economia non è legata alle prevendite e nemmeno alle vendite. La possibilità di produrre tirature minime (meno di 1000 copie) in tempi brevissimi permette anche a molti micro-editori di sviluppare un modello autonomo attraverso la vendita diretta, sia online che in occasione di fiere dell’editoria indipendente. Questa facilità di accesso alla produzione rende possibile la pubblicazione di molti volumi che dieci anni fa sarebbero stati definiti «autoproduzioni» – la storia di un ristorante locale, ad esempio – e favorisce l’emergere di nuove tipologie editoriali, come il «libro d’archivio».

Mentre per molti media tradizionali l’era digitale sembra far incombere *the end of print*, lo stesso non si può dire per il libro, ancora al centro delle sfide contemporanee dell’editoria nonostante abbia alle spalle alcuni secoli di storia. Una longevità fondata sull’impegno e le enormi capacità dei suoi produttori – e dei designer *in primis*.

niquer leur activité académique via des projets éditoriaux souvent innovants, et dont l’économie n’est liée ni à la prévente ni même à la vente. La possibilité de produire des tirages réduits (moins de 1000 exemplaires) en des temps très courts permet aussi à de nombreux micro-éditeurs de développer un modèle autonome grâce à la vente directe, que cela soit *online* ou lors d’*independent book fairs*. Cet accès facilité à la production permet la publication de nombreux ouvrages qu’on aurait qualifiés une décennie plutôt « d’auto-productions » – comme l’histoire d’un restaurant local – et favorise l’apparition de nouvelles typologies éditoriales, à l’instar du « livre d’archives ».

Si *the end of print* semble bien être arrivée pour de nombreux médias traditionnels, l’ère digitale n’atteint pas le livre de la même façon. Malgré ses quelques siècles d’existence, le livre reste au cœur des enjeux contemporains de l’édition. Une pérennité qui repose sur l’engagement et le haut niveau de pratique de ses producteurs – et tout particulièrement celui des designers.

Publishers taking part in <i>The Most Beautiful Swiss Books</i> competition 2020		138	Haupt Verlag
Am Wettbewerb der «schönsten Schweizer Bücher» 2020 beteiligte Verlage		138	Haus der Farbe – Fachschule für Gestaltung in Handwerk und Architektur
Case editrici che hanno partecipato all'edizione 2020 del concorso «I più bei libri svizzeri»		138	Hauser & Wirth Publishers
Maisons d'édition ayant participé au concours « Les plus beaux livres suisses » 2020		138	Hécatombe
15	About Books	138	Hélise Hélas Editeur
15	Actes Sud	138	Helvetiq
15	Alois Bühler	138	Hier und Jetzt, Verlag für Kultur und Geschichte
15	Alpines Museum der Schweiz	138	Hirmer Verlag
15	art&fiction publications	138	Historisches und Völkerkundemuseum St.Gallen
15	Artphilein Editions	139	Hochschule für Gestaltung und Kunst FHNW, Institut Industrial Design
15	Aspen Art Museum	139	Hofmann.to
15	Association Amaretto	139	Die HORNBACH Werkstück Edition
30	Association des Amis de Gaspard Delachaux	139	Humboldt Books
30	AT Verlag	139	Infolio
30	Atlantis Verlag in der Kampa Verlag AG	139	intercom Verlag
30	Aurora Zambrano	139	JBE Books
30	B.U.T.C.H.E.S. & F.A.G.S.	139	Jungle Books
30	Ballostar Publishing	143	Kaleidoscope
30	Benny Hegglin	155	Kodoji Press
30	Benteli	158	KOMMODE VERLAG
31	Birkhäuser Verlag GmbH	158	Kona Books
31	BookART, Rosa Lachenmeier	158	Kulturstiftung Basel H. Geiger
31	Building Fictions (BF)	158	Kunsthaus Bregenz
43	CAN Centre d'art Neuchâtel	158	Kunsthaus Zürich
58	Canadian Centre for Architecture	158	Kunstmuseum Thun
78	CCS Bard	158	La Dogana
78	Centre culturel suisse. Paris	158	Lars Müller Publishers
78	Christoph Merian Verlag	171	Le Cadratin
78	Ciao Press	171	Limmat Verlag
78	CoLibri	171	luffa kunst&kultur
78	Common Era	174	MACACO Press
78	Das Verlag	174	Manoir de la Ville de Martigny
79	DelMonico Books	174	Marche Mondiale des Femmes / Suisse
79	DFA Department of Fine Arts, Zurich University of the Arts	174	Maria Tackmann
79	Diaphanes Verlag	174	Migros Museum für Gegenwartskunst
79	dino&pulcino	174	Modern Art, London
79	Diogenes Verlag AG	191	Mousse Publishing
79	Dr. Cantz'sche Verlagsgesellschaft (DCV)	191	Musée cantonal des Beaux-Arts de Lausanne
79	DU+ICH Verlag GmbH	191	Musée de Bagnes
79	ECAL/Ecole cantonale d'art de Lausanne	191	Museum Langmatt
79	edition bastiann	191	Müsigracht Verlag
79	edition clandestin	191	Nieves
79	edition fink, Verlag für zeitgenössische Kunst	191	NIMBUS. Kunst und Bücher
79	Edition Hochparterre	191	Norm
90	Edition Hors-Sujet	218	Occasional Papers
91	Edition Moderne	219	Park Books
94	Edition Patrick Frey	219	PEARLBOOKSEDITION
110	Edition Spuren	219	Phaidon Press Limited
110	Edition Stephan Witschi	238	Pierre von Kleist editions
110	Edition Taube	238	Prestige Graphique
110	Edition Ventile	238	Prima.Publicationen
110	Éditions Antipodes	239	pudelundpinscher
110	Éditions Clinamen	239	Riccardo Banfi
110	Éditions Favre	239	Rothus Medien AG
111	Éditions La Joie de lire	239	Saatgut Verlag
111	Éditions Lemart	239	Sarasin Art
111	Éditions Macula	239	sam scherrer contemporary
111	éditions MeMo	239	School of Observation
111	Éditions Noir sur Blanc	239	Serpentine Galleries
111	Éditions Parallèles	239	SILVANA EDITORIALE
111	Edizioni Periferia	239	Simonett & Baer
111	Electa	239	SJW Schweizerisches Jugendschriftenwerk / OSL Œuvre Suisse des Lectures pour la Jeunesse /
123	everyedition	239	ESG Edizioni Svizzere per la Gioventù / OSL Ovra Svizra da Lectura per la Guiventetgna
127	Expanded Media Editions	250	Skira editore
127	FONDATION LASCAUX	250	Snoeck Verlagsgesellschaft mbH
127	Fontana Edizioni SA	250	Société jurassienne d'émulation
127	Frac Île-de-France – Le Plateau	255	Soft Opening London and Charles Asprey
127	Genusshelden	267	Somedia Buchverlag
127	Georg Editeur	267	Spector Books
127	Graphic Design Department Gerrit Rietveld Academie	267	Spheres Projects
127	GRRRRR	267	Stämpfli Verlag
127	gta Verlag ETH Zurich	267	Sternberg Press
127	Hacienda Books	271	Studio Wyssen
127	Hakuin Verlag	271	Sturm & Drang Publishers
127	Happy Dancer	271	Superposition
138	Hatje Cantz	271	Swiss Institute
		271	T&P Publishing
Directory of publishers		Directory of publishers	

271 Theater der Zeit
271 Till Schaap
282 transcript Verlag
282 tria publishing platform
282 Triest Verlag für Architektur, Design und Typografie
282 trotz allem Verlag
282 TSAR Books
282 Ubu Gallery
282 Urgent Paradise
282 Urschner Gschichtä
282 Valexpérience.com Sàrl
282 Valiz, book and cultural projects
282 Vaudoise Assurances
283 Verlag der Buchhandlung Walther und Franz König
299 verlag die brotsuppe
299 Verlag für moderne Kunst
299 Verlag Nagel & Kimche
299 Verlag Sage und Schreibe
299 Verlag Scheidegger & Spiess
299 Vexer Verlag
299 VGS Verlagsgenossenschaft St.Gallen
299 Visarte Vaud
299 Vleeshal Center for Contemporary Art Middelburg
299 Wallimann Druck und Verlag AG
302 White Cube
302 Whitechapel Gallery
302 Witty Books
302 Yoffy Press
302 zocher & peter verlag
302 Zoé Aubry
302 Zytturm Verlag GmbH

Publisher Name	Type	Category	Address	Phone	Website	Founding year	Employees	Published books in 2020	Published books in total	Countries of distribution
About Books						2017	1	1	22	Worldwide
Independent publisher Architecture / Art / Photography / Textbooks / Other Flurstrasse 93, 8047 Zürich +41794267269 aboutbooks.ch										
Actes Sud						1978	310			France, Switzerland
Independent publisher Art Place Nina Berberova, 13200 Arles (FR) +33490498691 actes-sud.fr										
Alois Bühler										
aloisbuehler.ch										
Alpines Museum der Schweiz						1995	3	1	14	Worldwide
Institutional publisher Art / General interest / Photography / Thematic books Helvetiaplatz 4, 3005 Bern +41313500440 alpinesmuseum.ch										
art&fiction publications						2012	2	7	72	Belgium, France, Switzerland
Independent publisher Art Avenue du Léman 12, 1005 Lausanne artfiction.ch										
Artphilein Editions						2013	2	4	30	Worldwide
Independent publisher Art / Photography Via Ferruccio Pelli 13, 6900 Lugano +41919220038 artphilein-editions.org										
Aspen Art Museum										
aspenartmuseum.org										
Association Amaretto						2019	1	1	1	Worldwide
Non-profit association Architecture / Art / Graphic design / Photography Rue de Sébeillon 1, 1004 Lausanne +41219831090 amaretto.online										

Awarded book: Revelo N°1. Chroniques de chantier. Transformation de la Gare, CH–1800 Vevey
Designers: Eurostandard – Pierrick Brégeon, Lausanne; Clément Rouzaud, Lausanne / Paris (FR)

A large but light book with many strong colours documenting the renovation of the railway station at Vevey skilfully blends a range of visual languages: information design, highly experimental design and elements of the Swiss Federal Railways corporate design. The volume comprises six newspaper issues that are folded and cut open, then bound into a book format that is half their size. The issues were available free of charge at Swiss railway stations before the book was produced, and they present the station through architectural details, renovation techniques, cultural-historical contexts, art-in-architecture projects and more. Between each of the issues are eight pages of a thin coated paper, sometimes containing pictorial essays, sometimes information in text form –	Ein grosses, aber leichtes Buch mit vielen kräftigen Farben, das die Renovation des Bahnhofs Vevey dokumentiert, mischt gekonnt verschiedene visuelle Sprachen: von informativer über sehr experimentelle Gestaltung bis zu Elementen des SBB Corporate Design. Der Band ist aus sechs Zeitungen zusammengesetzt, die gefaltet und aufgeschnitten ins halb so grosse Buchformat eingebunden wurden. Sie stellen den Bahnhof Vevey u.a. anhand von architektonischen Details, Sanierungstechniken, kulturhistorischen Kontexten und Kunst am Bau vor und waren vor der Buchproduktion gratis an den Schweizer Bahnhöfen erhältlich gewesen. Zwischen den Zeitungen liegen jeweils acht Seiten eines dünnen, gestrichenen Papiers, die manchmal freie	Un libro grande ma leggero dai tanti colori accesi che documenta la ristrutturazione della stazione di Vevey con una sapiente combinazione di vari linguaggi visivi: dal design informativo a quello spiccatamente sperimentale senza tralasciare persino elementi del Corporate design delle FFS. Il volume è composto da sei giornali, piegati, tagliati e poi rilegati per farne un libro grande la metà dell'originale; i vari giornali, disponibili gratuitamente nelle stazioni svizzere prima della produzione del libro, presentano la stazione di Vevey con dettagli architettonici, tecniche di risanamento, contesti storico-culturali, arte edilizia e non solo. Tra i vari estratti sono inserite otto pagine di carta sottile e patinata, alcune delle quali riportano saggi fotografici liberi, altre informa-	Le livre est grand, mais léger, rempli de couleurs vives. Il documente la rénovation de la gare de Vevey en mêlant avec brio différents langages visuels : graphisme d’information, graphisme expérimental, éléments de la charte visuelle identitaire des CFF. Le volume relié est composé de six journaux pliés et coupés, leur format original étant ainsi divisé par deux. Ils présentent la gare de Vevey sous différents angles, en s’intéressant par exemple aux détails architecturaux, aux techniques de restauration, au contexte historique et culturel ou aux projets « art et architecture » réalisés durant le chantier. Avant l’édition du livre, les journaux étaient distribués gratuitement dans les gares suisses. Huit pages de papier couché fin sont intercalées entre chaque journal, elles présentent des essais
---	---	---	--

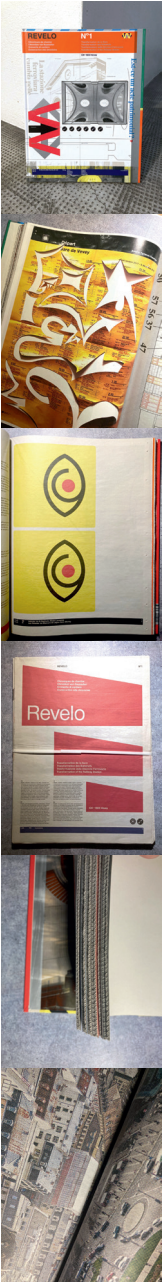
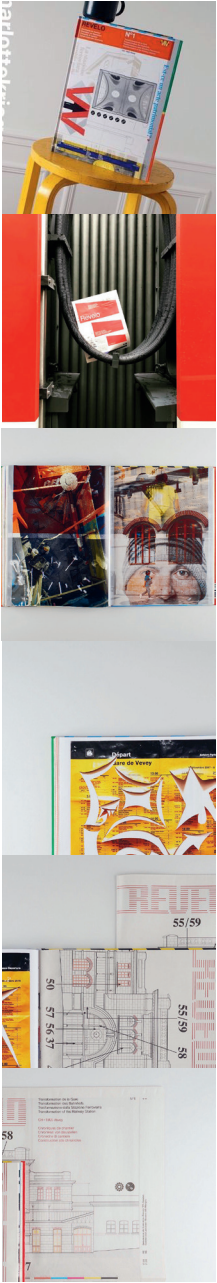
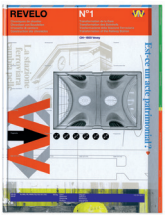
Publisher Name	Type	Category	Address	Phone	Website	Founding year	Employees	Published books in 2020	Published books in total	Countries of distribution
----------------	------	----------	---------	-------	---------	---------------	-----------	-------------------------	--------------------------	---------------------------

a list of the companies involved, extensive publication details. The successful combination of the disparate sections is in part due to the use of the SBB corporate font and the Color Library colour separation program throughout. Given its wide target audience, the book's editorial and design approach is bold. Its creators' hope is that interdisciplinary forms of access and a pop culture aesthetic can help to disseminate content that otherwise might not be especially attractive. This is a contemporary statement.

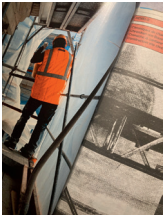
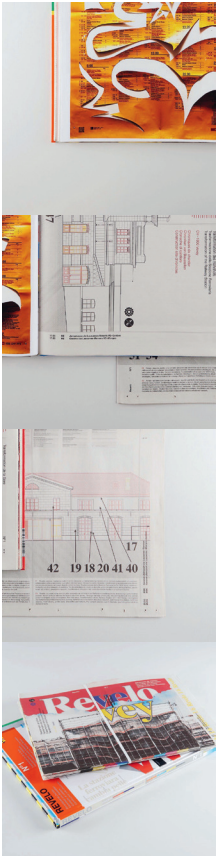
Bildessays und manchmal Text-informationen – Liste der beteiligten Unternehmen, umfangreiches Impressum – zeigen. Dass die Zusammenfügung der disparaten Teile gelingt, ist unter anderem dem durchgängigen Einsatz der SBB-Corporate Schrift und des Farbseparierungsprogramms Color Library zu verdanken. Angesichts des breiten Zielpublikums sind der redaktionelle und gestalterische Ansatz mutig. Die Verantwortlichen vertrauen darauf, dass interdisziplinäre Zugänge und popkulturelle Ästhetik helfen können, einen an sich vielleicht nicht sonderlich attraktiven Inhalt zu verbreiten. Ein zeitgemässes Statement.

zioni testuali (l'elenco delle aziende coinvolte, un ampio colophon). Il successo della fusione di tante parti così disparate si deve tra l'altro all'uso sistematico del font Corporate delle FFS e del programma di separazione dei colori *Color Library*. Se si considera la vastità del pubblico di riferimento, l'approccio editoriale e grafico si può definire ardito. Gli ideatori sono convinti che approcci interdisciplinari ed estetica della cultura pop possano contribuire a diffondere contenuti che di per sé mancherebbero di particolare attrattiva. Un'asserzione figlia della contemporaneità.

visuels ou des informations textuelles – liste des entreprises intervenantes, achevé d'imprimer exhaustif. L'articulation réussie de ces éléments disparates repose notamment sur l'utilisation exclusive de la police de caractères des CFF et sur l'outil informatique de séparation des couleurs *Color Library*. Le parti pris rédactionnel et graphique est courageux quand on considère que la publication vise un large public. Les concepteurs jugent qu'une approche interdisciplinaire et une esthétique nourrie à la culture pop peuvent contribuer à diffuser un contenu qui, au premier regard, n'apparaît pas particulièrement attrayant. Un propos en phase avec son époque.



Publisher Name	Type	Category	Address	Phone	Website	Founding year	Employees	Published books in 2020	Published books in total	Countries of distribution
----------------	------	----------	---------	-------	---------	---------------	-----------	-------------------------	--------------------------	---------------------------



Publisher Name	Type	Category	Address	Phone	Website	Founding year	Employees	Published books in 2020	Published books in total	Countries of distribution
 										

Association des Amis de Gaspard Delachaux						2020				
Self-publisher										
Art										
			Chemin de la Batelière 2, 1007 Lausanne							
			+41793328104							
			gasparddelachaux.ch/association							
AT Verlag						1978	14	41	~1500	Austria, Germany, Switzerland
Independent publisher										
			Cookbooks / General interest / Thematic books							
			Bahnhofstrasse 41, 5000 Aarau							
			+41582004400							
			at-verlag.ch							
Atlantis Verlag in der Kampa Verlag AG						1936	2	12	>150	Austria, Germany, Switzerland
Commercial publisher										
Children's books										
			Tobelhofstrasse 36, 8044 Zürich							
			+41442536772							
			atlantis-verlag.ch							
Aurora Zambrano						2020	3	1	1	Switzerland, UK, USA
Self-publisher										
Children's books										
			Stapfelberg 1, 4051 Basel							
			+41795348000							
			aurorazambrano.com							
B.U.T.C.H.E.S. & F.A.G.S.										
			butchesandfags.ch							
Ballostar Publishing						2019	1	1	1	Worldwide
Independent publisher										
Art / Other										
			Zähringerstrasse 48, 3012 Bern							
			+41795454760							
			publishing.ballostar.com							
Benny Hegglin						2020	1	1	1	Worldwide
Self-publisher										
Art										
			Hedwigstrasse 16, 8032 Zürich							
			+41794169399							
Benteli						1899		2		Worldwide
Independent publisher										
Art / Photography / Other										
			Arenenbergstrasse 2, 8268 Salenstein							
			+41445862943							
			benteli.ch							

Publisher Name	Type	Category	Address	Phone	Website	Founding year	Employees	Published books in 2020	Published books in total	Countries of distribution
Birkhäuser Verlag GmbH						1879	9	102	~1500	Worldwide
Commercial publisher										
Architecture / Design										
			Allschwilerstrasse 10, 4055 Basel							
			+41613061700							
			birkhauser.com							
BookART, Rosa Lachenmeier						1992	1	1	10	Austria, Germany, Netherlands, Switzerland
Self-publisher										
Art										
			Birseckstrasse 11, 4127 Birsfelden							
			+41794499842							
			lachenmeier.net							
Building Fictions (BF)						2018	1	3	5	Worldwide
Independent publisher										
Architecture / Art / Design / Photography / Textbooks										
			Nieuwpoortkade 2A–117, 1055 RX Amsterdam (NL)							
			buildingfictions.com							

Awarded book: Dear Clay,
Designers: Rudy Guedj, Laura Pappa, Amsterdam (NL)

The artist Stéphanie Baechler (b. 1983) comes from the world of fashion design, creating objects and installations from clay and textiles. In this monograph she presents a resolute way of presenting her works, in that she only documents the working processes involved. One of the principal components of the book are facsimile pages from Baechler’s sketchbooks, some of them with visible side margins. They are combined with photographs of individual stages in the works’ production arranged in irregular groups and at times placed at a slight angle on the page. The drawings and photographs interact effectively, giving rise to a consistent, seemingly organic publication that offers useful insight into how the artist works. The three different papers and slightly rough softcover also combine into a harmonious whole. Despite conspicuous details such as inserted ribbon bookmarks and drawings and signatures on the folded-in cover flaps, the design does not come across as pretentious. Two texts by the artist and two by external authors, placed on the insides of the cover and on loose sheets packed in an inserted cutting-pattern envelope respectively, elucidate the artist’s programme and practice in the form of letters written to elements and materials such as ‘Dear Silhouette’ and ‘Dear Clay’.

Die aus dem Modedesign kommende Künstlerin Stéphanie Baechler (*1983), die Objekte und Installationen aus Ton und Textilien herstellt, bietet in dieser Monografie eine konsequente Lösung für die Werkpräsentation, indem sie ausschliesslich Arbeitsprozesse zeigt. Ein Hauptbestandteil sind Seiten aus Baechler’s Skizzenbüchern, die teilweise, aber nicht immer mit sichtbaren Seitenrändern faksimiliert sind. Dazu kommen Fotografien von einzelnen Schritten der Werkproduktion, die in unregelmässiger Gruppierung und manchmal leicht ungerade auf den Seiten angeordnet sind. Zeichnungen und Fotografien spielen gut zusammen und ergeben eine konsistente, organisch wirkende Publikation, die einen guten Einblick in die Arbeitsweise gewährt. Auch drei verschiedene Papiere und das leicht raue Softcover sind stimmig. Trotz auffälliger Details wie eingelegten Stoffbändern oder Zeichnungen und Unterschrift auf den Umschlagklappen, wirkt die Gestaltung nicht präntentiös. Zwei Texte der Künstlerin und zwei von externen Autoren, die auf den Innenseiten des Umschlags bzw. auf losen Blättern in einer eingelegten Schnittmuster-Tüte stehen, explizieren die künstlerische Programmatik und Praxis, indem sie in Briefform Elemente und Materialien wie z.B. «Dear Silhouette» oder «Dear Clay» ansprechen.

L’artista Stéphanie Baechler (*1983), proveniente dal fashion design, produce oggetti e installazioni in argilla e tessuti; in questa monografia offre una soluzione lineare per presentare il suo lavoro, mostrando esclusivamente i processi seguiti. Componente principale del volume sono le pagine degli *sketchbook* di Baechler, alcune delle quali sono riprodotte in facsimile con i bordi visibili. Inoltre, ci sono fotografie di singoli passaggi della produzione delle opere, raggruppate senza un ordine particolare e a volte leggermente oblique sulla pagina. L’interazione fra disegni e fotografie è armonica e si traduce in una pubblicazione coerente e dall’aspetto organico che offre una buona prospettiva sul modo di lavorare dell’artista. C’è armonia anche fra i tre tipi di carta e la copertina flessibile leggermente ruvida. Nonostante alcuni dettagli appariscenti, come i segnalibri di stoffa liberamente inseriti o i disegni e la firma sui risvolti, il design non appare pretenzioso. Due testi dell’artista e due di autori esterni, inseriti rispettivamente sui lati interni della sovraccoperta e su fogli sciolti riposti in un sacchetto di campioni di ritaglio inserito nel volume, spiegano prassi e obiettivi artistici in stile epistolare, rivolgendosi a elementi e materiali con incipit quali «Dear Silhouette» o «Dear Clay».

L’artiste Stéphanie Baechler (*1983), qui vient du stylisme et fabrique des objets et des installations mêlant céramique et textile, propose dans cette monographie une réponse définitive à la question de la présentation des œuvres : elle montre exclusivement le processus de son travail. Une partie significative de l’ouvrage est constituée de pages extraites de ses carnets d’esquisses, qui, pour certaines, sont reproduites en facsimilé avec le bord des pages apparent. À cela s’ajoutent des photographies qui rendent compte des différentes étapes de sa production artistique. Leur nombre est variable selon les pages et certaines sont placées légèrement de biais. Dessins et photographies s’articulent bien et forment ensemble un ouvrage cohérent, organique, qui offre un bon aperçu de la manière de travailler de l’artiste. Les trois types de papiers différents et la couverture souple légèrement rugueuse s’accordent également. Malgré des détails voyants tels que les rubans textiles volants ou les dessins et la signature sur les rabats de la couverture, le graphisme ne paraît pas prétentieux. Deux textes de l’artiste et deux textes d’autres auteurs, respectivement imprimés sur les 2^e et 3^e de couverture ainsi que sur des feuilles volantes glissées dans une pochette à patrons, explicitent le programme et la pratique artistique. Ils se présentent sous forme de lettres adressées à un élément ou une matière, comme « Dear Silhouette » ou « Dear Clay ».



Directory of publishers: Bu Promotional images: Dear Clay,



CAN Centre d'art Neuchâtel Non-profit association Art	1995	6	2	27	France, Switzerland
Rue des Moulins 37, 2000 Neuchâtel +41327240160 can.ch					

Awarded book: Sympathie
Designer: Noémie Gygax, Neuchâtel

The first exhibition catalogue by a new directorial team at the Centre d'art Neuchâtel (CAN) organises its material in a dazzlingly unconventional way. The group exhibition critiquing the concept of the institution proceeded as a 'work in progress', and presented widely differing viewpoints and events in a kind of chain reaction. Because the photographic material – anecdotal snapshots, Instagram pictures, etc. – was of varying quality, the design attached greater weight to the sequence of events and diversity than to the individual images: all are dated, arranged chronologically and inserted into a grid in diverging sizes and quantities, running continuously from top to bottom on each page, some being cropped and overlaid. The result is a linear but rhythmically designed and highly atmospheric documentation. A nice detail is the dates in a new monospace font at the left-hand edge of the page, placed above the smaller pictures but within the larger ones. This

Der erste Ausstellungskatalog eines neuen Leitungsteams am Centre d'Art Neuchâtel (CAN) glänzt mit ungewohnter Organisation des Materials. Die institutionenkritische Gruppenausstellung verlief als *Work in progress* und präsentierte in einer Art Kettenreaktion sehr unterschiedliche Positionen sowie diverse Veranstaltungen. Weil das Fotomaterial – anekdotische Schnappschüsse, Instagram-bilder etc. – von uneinheitlicher Qualität war, gewichtete die Gestaltung die Ereignisfolge und die Vielfalt stärker als die einzelnen Bilder: Alle sind datiert, chronologisch angeordnet, und in stark variierenden Grössen und Mengen auf jeder Seite von oben nach unten fortlaufend in ein Raster eingefügt, wobei sie teilweise angeschnitten und überlagert werden. Das Resultat ist eine lineare, aber rhythmisch gestaltete und höchst atmosphärische Dokumentation. Ein schönes Detail sind die links am Seitenrand in einer neuen Monospaceschrift gesetzten Daten, die bei

Il primo catalogo di un nuovo team direttivo del Centre d'Art Neuchâtel (CAN) brilla per l'insolita organizzazione del materiale. La mostra collettiva dall'orientamento critico verso l'istituzionalizzazione dell'arte contemporanea si è svolta come *work in progress* presentando, in una sorta di reazione a catena, posizioni molto diverse tra loro e una grande varietà di eventi. La disomogeneità della qualità del materiale fotografico – istantanee aneddotiche, immagini di Instagram ecc. – ha spinto verso un'impaginazione che dà più peso alla sequenza degli eventi e alla pluralità piuttosto che alle singole immagini: ognuna di esse è datata, disposta cronologicamente, e inserita in dimensioni e quantità molto variabili su ogni pagina, in modo continuo dall'alto verso il basso all'interno di una griglia, talvolta tagliate e sovrapposte. Ne risulta una documentazione lineare ma ritmata, che crea un'atmosfera suggestiva. Un piacevole dettaglio sono le date disposte sul bordo sinistro della

Le premier catalogue d'exposition de la nouvelle équipe dirigeante du Centre d'Art Neuchâtel (CAN) brille par sa manière insolite d'organiser le contenu. L'exposition de groupe, articulée autour de la critique institutionnelle, formait un *work in progress* qui fonctionnait comme une réaction en chaîne de propositions très diverses jalonnée d'événements ponctuels. Vu la qualité hétérogène du matériau photographique – instantanés anecdotiques, images Instagram, etc. –, le design a choisi de faire ressortir la succession des événements et la diversité plutôt que les images individuelles : toutes sont datées, classées chronologiquement et disposées de haut en bas dans une grille verticale. Leur nombre et leur taille varient fortement selon les pages, certaines sont coupées, d'autres se recouvrent partiellement, ce qui donne une documentation linéaire mais rythmée et très animée. Un joli détail est à relever : le placement des dates des photos, composées

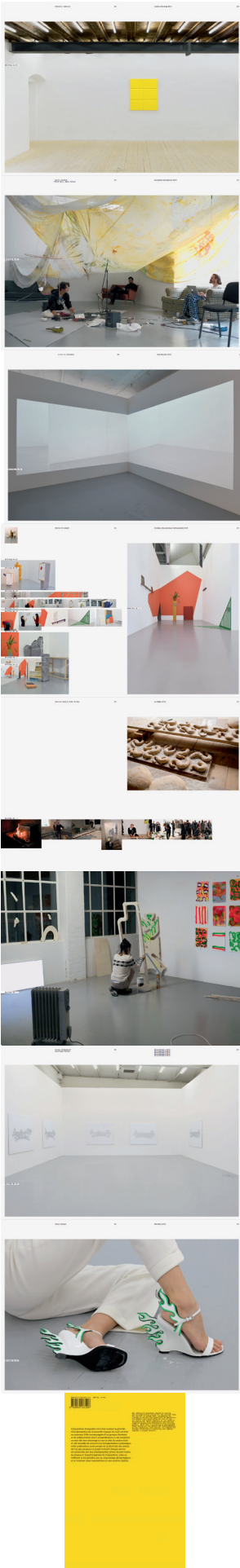
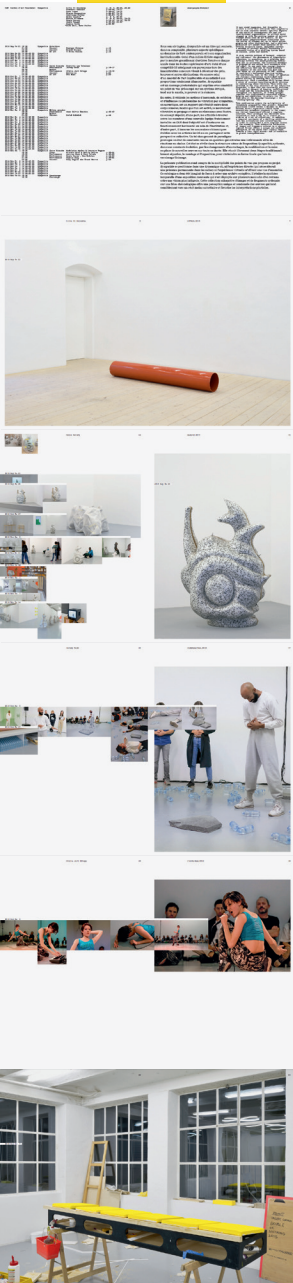
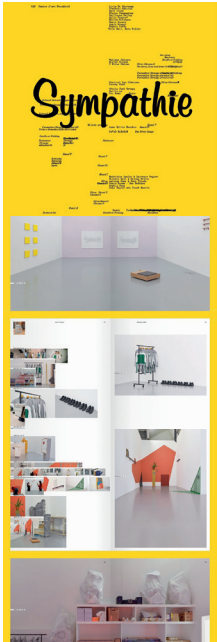
Directory of publishers: Bu – Ca Promotional images: Dear Clay, Jury review: Sympathie

gives the impression of an automated system for recording information, and the cover and table of contents are designed in the same spirit (and using the same monospace font). With its inviting title, yellow-and-black softcover and only 90 pages, the object comes across as approachable and suitably understated.

kleineren Bildern oberhalb, bei grösseren aber mittendrin zu liegen kommen. Dies wirkt wie ein automatisiertes System zur Aufzeichnung von Informationen, und im selben Geist (und mit derselben Monospace-Schrift) sind Umschlag und Inhaltsverzeichnis gestaltet. Mit dem einladenden Titel, gelb-schwarzem Softcover und nur 90 Seiten erscheint das Objekt freundlich und angemessen schlicht.

pagina, in un nuovo carattere monospazio, che viene a collocarsi al di sopra delle immagini più piccole ma all'interno di quelle più grandi. L'effetto è quello di un sistema automatizzato di registrazione delle informazioni, e nello stesso spirito (e con lo stesso carattere monospazio) sono organizzati la copertina e l'indice. Il titolo invitante, la copertina flessibile in giallo e nero e le sole 90 pagine danno all'oggetto un aspetto davvero simpatico e sobrio al punto giusto.

dans une nouvelle police monospace et placées en bordure gauche des pages. Elles apparaissent au-dessus de l'image quand celle-ci est petite et dans l'image lorsque celle-ci est plus grande. Cela fait penser à un système automatisé d'enregistrement des données. La couverture et la table des matières sont réalisées dans le même esprit (et la même police monospace). Avec son titre engageant, sa couverture souple jaune-noir et ses 90 pages à peine, l'objet dégage une forme de bienveillance et une sobriété adaptée au sujet.



Publisher Name	Type	Category	Address	Phone	Website	Founding year	Employees	Published books in 2020	Published books in total	Countries of distribution
Canadian Centre for Architecture Institutional publisher Architecture / Thematic books 1920 Rue Baile, Montréal, Québec, H3H 2S6 (CA) +15149397000 cca.qc.ca						1989	117	5	135	Worldwide

Awarded book: Construire un nouveau Nouveau Monde. L’amerikanizm dans l’architecture russe
Building a new New World. Amerikanizm in Russian Architecture
Designers: Huber/Sterzinger with Sara Arzu Hardegger, Zürich

A study by the French architectural historian Jean-Louis Cohen that traces changing images and influences of America in Russian architecture from 1861 to 1991 makes its copious material easily accessible thanks to optimum structuring and organisation. The easy-to-handle volume with its black-and-white softcover is divided into six chronologically arranged chapters ranging from Tsarism and the Revolution through the various phases of Stalinism to the end of the Cold War. The pages of text include a wide range of image material from art, architecture, the media and more. Each chapter is introduced by an eight-page picture insert, printed in a different colour each time. The full-bleed images, in most cases coarsely grained, are combined here without any text to create formally fascinating and highly associative pictorial narratives, allowing the reader to pause for breath, while conveying the ambiance of the era concerned. All the design gestures are appropriate, and details such as the photos concealed beneath the folded-in cover flaps enhance the book’s attractiveness. The material is treated intelligently and lovingly throughout; it is evident that the designers are themselves keen readers. This already seems like a timeless work of reference.

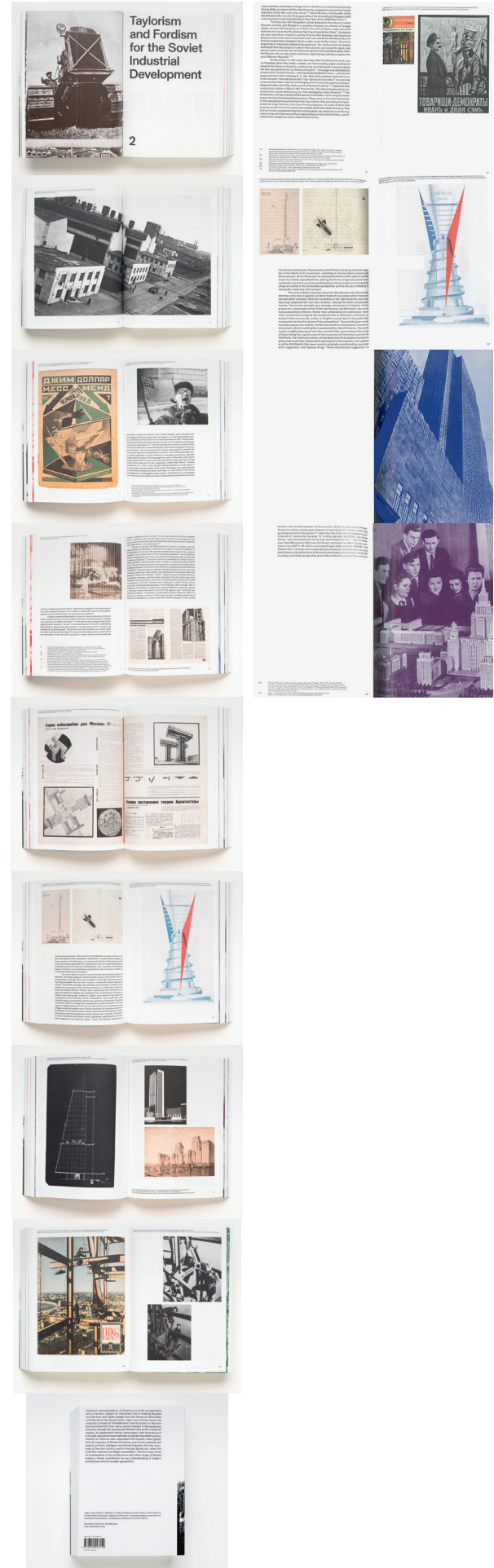
In einer Studie des französischen Architekturhistorikers Jean-Louis Cohen, die wechselnde Amerika-bilder und -einflüsse in der russischen Architektur von 1861 bis 1991 verfolgt, wird das umfangreiche Material dank optimaler Strukturierung und Organisation leicht zugänglich. Der handliche Band mit schwarz-weissem Softcover ist in sechs chronologisch geordnete Kapitel gegliedert, die vom Zarismus über die Revolution und die verschiedenen Phasen des Stalinismus bis zum Ende des Kalten Krieges reichen. In die Textseiten ist vielfältiges Bildmaterial aus Kunst, Architektur, Medien etc. integriert. Jedes Kapitel wird durch ein achtseitiges Bildinsert eingeleitet, von denen jedes in einer anderen Farbe gedruckt ist. Meist grob gerasterte, randabfallende Bilder sind hier ohne jegliche Textangaben zu formal faszinierenden und assoziationsreichen Bildnarrativen zusammengefügt, die bei der Lektüre Verschnaufpausen ermöglichen und die Ambiance der jeweiligen Zeit vermitteln. Alle gestalterischen Gesten sind angemessen, und Details wie die unter den Umschlagklappen versteckten Fotos tragen zur Attraktivität bei. Sämtliches Material wird intelligent und liebevoll behandelt – man sieht, dass die Gestalter*innen selber gerne lesen. Ein schon fast zeitlos wirkendes Nachschlagewerk.

In questo studio a cura dello storico francese dell’architettura Jean-Louis Cohen, in cui si ripercorrono le mutevoli immagini e influenze americane nell’architettura russa dal 1861 al 1991, la struttura e l’organizzazione ottimali rendono facilmente accessibile la ricchezza del materiale. Il pratico volume con copertina flessibile in bianco e nero è suddiviso in sei capitoli che si susseguono in ordine cronologico, spaziando dallo zarismo alla rivoluzione, dalle varie fasi dello stalinismo alla fine della guerra fredda. Nelle pagine di testo si integra una vasta gamma di materiale visivo riferito a opere d’arte, architettura, media ecc. Ogni capitolo è introdotto da un inserto fotografico di otto pagine, ognuno stampato in un colore diverso, in cui le immagini al vivo mostrano per lo più una retinatura grossolana e sono prive di qualsiasi informazione testuale; le loro combinazioni formano una narrativa visiva affascinante e ricca di associazioni, a mo’ di piacevole interludio nella lettura che avvolge chi legge nell’atmosfera dell’epoca descritta. Tutti gli espedienti di layout sono appropriati, e dettagli come le foto nascoste dietro i risvolti accrescono l’attrattiva del libro. Il materiale è trattato con intelligenza e amorevolezza – a dimostrazione che anche chi ne ha curato il design nutre passione per la lettura. Un’opera di riferimento che già sembra travalicare i confini del tempo.

Dans une étude de l’historien de l’architecture français Jean-Louis Cohen, qui retrace comment les différentes images de l’Amérique ont influencé l’architecture russe de 1861 à 1991, la vaste matière est rendue particulièrement accessible grâce à une structuration et une organisation optimales. L’ouvrage, maniable et à la couverture souple en noir et blanc, suit une trame chronologique organisée en six chapitres qui vont du tsarisme à la fin de la Guerre froide en passant par la révolution et les différentes phases du stalinisme. Les parties textuelles sont illustrées d’exemples éclectiques empruntés à l’art, à l’architecture, aux médias, etc. Des séquences purement visuelles de huit pages, présentées chacune dans une couleur différente, introduisent chaque chapitre. Les images, qui sont à fond perdu et possèdent souvent une trame grossière, sont reproduites sans aucune légende et composent des narrations associatives et formellement fascinantes. Ces séquences permettent aux lecteurs et lectrices de souffler tout en les plongeant dans l’ambiance de la période étudiée. Tous les choix graphiques sont justes et certains détails, comme les photographies dissimulées sous les rabats de la couverture, contribuent à l’attrait de l’objet. L’ensemble des éléments constitutifs est traité avec intelligence et empathie – on sent que ces graphistes aiment lire. Ce véritable ouvrage de référence possède d’ores et déjà quelque chose d’intemporel.



Publisher Name	Type	Category	Address	Phone	Website	Founding year	Employees	Published books in 2020	Published books in total	Countries of distribution
----------------	------	----------	---------	-------	---------	---------------	-----------	-------------------------	--------------------------	---------------------------



Publisher Name	Type	Category	Address	Phone	Website	Founding year	Employees	Published books in 2020	Published books in total	Countries of distribution
Albert Ferré, Associate Director, Publications, in conversation with Nicole Udry and Tan Wälchli Albert Ferré, Stellvertreternder Direktor Publikationen, im Gespräch mit Nicole Udry und Tan Wälchli Albert Ferré, direttore associato Pubblicazioni, in conversazione con Nicole Udry e Tan Wälchli Albert Ferré, directeur associé des publications, dialogue avec Nicole Udry et Tan Wälchli Online, 30.3.2021										

The Canadian Centre for Architecture (CCA) opened to the public in 1989, but there were activities before that, and one of them was the publication of a big book called *Photography and Architecture, 1839–1939*, which presented the photography collection that was being formed at the CCA. So even before this collection was accessible to researchers, it was presented in a book, and this helped introduce the institution and build an identity internationally. Since then, books have played this role at the CCA of providing an international presence, and of allowing its content to be accessed from outside the walls.

There was a publication department at the CCA until 2003, when it was closed due to severe budget cuts. Henceforth co-publishers or external publishers – among them Lars Müller – were more responsible for the books, which were limited to one or two annually, all accompanying exhibitions. I was hired in 2012 to build a new in-house publications department, to increase the output and to bring together more closely the website and print publications. I am now working with a team of seven: four editors, a copyright agent, a production manager and an administrative coordinator. Recently the bookstore at the CCA, which acts as a showcase and a sales outlet for our books, has also become part of the publications department. At the CCA in total we are about 100 people, and the other departments include administration, research, collection, programmes and digital.

In terms of publications, the one or two books related to exhibitions have remained, but we have added different types of books, including digital publications, a few children's books, some books related to our research activity that do not result in exhibitions and some books that are institutional reflections. We now publish between five and seven books a year.

As in the case of Jean-Louis Cohen's book, *Amerikanizm*, we typically work with co-publishers. This is a form of partnership that helps us to position the book within the large publishing industry. It's about finding an alignment between the character of the CCA, the

Das *Canadian Centre for Architecture* (CCA) wurde 1989 offiziell als Publikumsinstitution eröffnet, war aber schon vorher aktiv. Unter anderem publizierte es ein umfangreiches Buch mit dem Titel *Photography and Architecture, 1839–1939*, das die im CCA aufgebaute Fotografiesammlung präsentierte. Die Sammlung wurde also in einem Buch veröffentlicht, noch bevor sie für Forschende zugänglich war. Dies half, die Institution vorzustellen und international eine Identität aufzubauen. Bis heute erfüllen die Bücher des CCA diese Funktionen: eine internationale Präsenz zu gewährleisten sowie Inhalte auch ausserhalb der Mauern des Institutionsgebäudes zugänglich zu machen.

Bis 2003 verfügte das CCA über eine Publikationsabteilung, dann wurde sie im Zuge massiver Budgetkürzungen geschlossen. Fortan waren externe Verlage – darunter jener von Lars Müller – für die Publikation von jährlich ein bis zwei Büchern zuständig, die sich jeweils auf einzelne Ausstellungen bezogen. Im Jahr 2012 wurde ich eingestellt, um erneut eine hauseigene Publikationsabteilung aufzubauen, die Kadenz der Veröffentlichungen zu erhöhen sowie die Website und die Printpublikationen enger miteinander zu verbinden. Heute arbeite ich mit einem siebenköpfigen Team: vier Redaktionsmitglieder, ein Copyright Agent, eine Produktionsleiterin und eine Verwaltungskoordinatorin. Seit Kurzem gehört zur Publikationsabteilung auch der Buchladen im CCA, der als Schaufenster und Verkaufsstelle für unsere Bücher dient. Insgesamt sind wir im CCA etwa 100 Mitarbeitende; einzelne Abteilungen umfassen die Verwaltung, Forschung, Sammlung, Programme und Digitale.

Die Abteilung für Publikationen bringt nach wie vor ein bis zwei Bücher zu Ausstellungen heraus. Mittlerweile haben wir aber weitere Arten von Büchern hinzugefügt, darunter digitale Publikationen, einige Kinderbücher, Bücher über unsere Forschungstätigkeit, die nicht in Ausstellungen sichtbar wird, und einige Bücher mit institutionellen Reflexionen. Wir veröffentlichen derzeit fünf bis sieben Bücher pro Jahr.

Il Centre Canadien d'Architecture (CCA) ha aperto le porte al pubblico nel 1989, ma le sue attività risalgono a prima: non possiamo non menzionare, infatti, *Photography and Architecture, 1839–1939*, un volume di grande formato in cui si presentava la collezione fotografica che veniva formandosi al CCA. Quindi, anche prima di essere accessibile a ricercatori e ricercatrici, la collezione veniva presentata in un libro, con vantaggi per l'istituzione in termini di notorietà e identità sullo scenario globale. Da allora è questo il ruolo che i libri svolgono per il nostro centro: garantire una presenza internazionale e la fruibilità dei suoi contenuti al di fuori delle mura che lo ospitano.

Fino al 2003 il CCA comprendeva anche un dipartimento Pubblicazioni, che poi è stato chiuso per forti tagli di bilancio. In seguito i libri venivano curati per lo più da co-editori o editori esterni – tra cui Lars Müller –, e comunque ne uscivano uno o due all'anno, sempre a corredo di mostre. Io sono stato assunto nel 2012 per dare vita a un nuovo servizio interno per le pubblicazioni, aumentare la produzione e fondere le realtà del sito web e dell'editoria stampata. Ora lavoro con un team di sette persone: quattro editor, un agente per i diritti d'autore, una direttrice di produzione e una coordinatrice amministrativa. Da qualche tempo è di nostra competenza anche la libreria del CCA, che funge da vetrina e punto vendita. In tutto siamo un centinaio di persone, insieme a uffici che si occupano di amministrazione, ricerca, raccolta, programmi e digitale.

Per quanto riguarda le pubblicazioni, continuiamo a produrre uno o due volumi all'anno in occasione delle mostre, ma abbiamo aggiunto varie categorie di libri, tra cui opere digitali, libri per l'infanzia, presentazioni di filoni di ricerca che non si traducono in esposizioni, e testi che si possono qualificare come riflessioni istituzionali. Ora pubblichiamo tra i cinque e i sette titoli all'anno.

Come è avvenuto per il volume di Jean Louis Cohen, *L'amerikanizm*, in genere lavoriamo con co-editori. Si tratta di una forma di partenariato che ci aiuta a posizionare il libro all'interno della grande in-

Le Centre Canadien d'Architecture (CCA) s'est ouvert au public en 1989, mais il eut des activités avant cette date ; l'une d'elles fut la publication d'un imposant ouvrage intitulé *Photography and Architecture, 1839–1939*, qui présentait la collection photographique en cours de constitution au CCA. Ainsi, avant même que cette collection ait été accessible aux chercheurs, elle était présentée dans un livre, ce qui a contribué à faire connaître cette institution et à lui construire une identité sur le plan international. Depuis lors, les livres ont joué ce rôle au CCA : lui assurer une présence internationale et permettre que ses contenus soient accessibles hors les murs.

Le CCA disposa d'un département des publications jusqu'en 2003, où de sévères restrictions budgétaires contraignirent à le fermer. Par la suite, des coéditeurs ou des éditeurs externes – parmi lesquels Lars Müller – assumèrent davantage la responsabilité des livres, qui furent limités à un ou deux par an, toujours en lien avec des expositions. J'ai été engagé en 2012 pour mettre sur pied un nouveau département interne des publications, augmenter le rendement, et associer plus étroitement le site web et les publications imprimées. Je travaille avec une équipe de sept personnes : quatre rédactrices et rédacteurs, un agent des droits d'auteur, une chargée de production et une coordonnatrice administrative. Depuis peu, la librairie du CCA, qui joue le rôle de vitrine et de point de vente pour nos livres, fait également partie de notre département des publications. Au CCA, nous sommes environ 100 personnes en tout, et les autres départements comprennent l'administration, la recherche, la collection, les programmes et le numérique.

Quant aux publications, nous continuons de sortir chaque année un ou deux livres associés à des expositions, mais nous y avons ajouté différents types d'ouvrages, y compris des publications numériques, quelques livres pour enfants, quelques titres en relation avec notre activité de recherche qui ne débouche pas sur des expositions, et enfin quelques ouvrages qui sont des réflexions sur l'institution. Notre rythme de publications est actuellement de cinq à sept livres par an.

Publisher Name	Type	Category	Address	Phone	Website	Founding year	Employees	Published books in 2020	Published books in total	Countries of distribution
----------------	------	----------	---------	-------	---------	---------------	-----------	-------------------------	--------------------------	---------------------------

book and the co-publisher. For *Amerikanizm*, we decided that the French edition needed a partner that would be able to reach the interested Francophone audience in Europe. And for the English edition we opted for a co-publisher that is very strong in books dealing with architectural history. The co-publisher for us also has the role of a critic, who will say how our project is interesting for them or not. But we always ask them to give us autonomy and to trust us. We keep them updated during the process, but they are usually very hands-off until the book is ready for printing.

For the designer, we don't do open calls or pitches, or at least we haven't done them until now. For each book project there is typically one CCA editor in charge, involved from the very early stages of research through proofing of the book. Since this person knows the kind of character we want to achieve with the book, they will look around and make suggestions for the designer. The eventual decision is then taken with me and with Giovanna Borasi, who is the director of the CCA, and who is strongly involved in all of our projects.

We often tend to pick Swiss graphic designers, sometimes also German. This might be considered an influence of Lars Müller's contribution as a co-publisher of a few of our books some years ago. But the main reason is that most of us are trained architects, and we respect a lot the work that Swiss designers do in terms of structuring content. Structural systems speak a lot to architecture, so there is a way of thinking that is aligned. At the same time, the strong reliance on Swiss designers has allowed us to develop a consistent identity. Even though we work with a different graphic designer each time, and we have different sizes of books, different series, and different co-publishers, there is something about the relationship between text and image, about the structure of the content, that you can perhaps trace through the different books. And I think this has to do with the Swiss design culture.

Usually, we will bring in graphic designers very early in the process, and we will invite them to the CCA, to come and have a work session with us. If it's a book related to an exhibition it will be a moment when the curator is also there. We will have a few days of work, in which we go through our ideas,

Wie im Fall von Jean Louis Cohens Buch *Amerikanizm* arbeiten wir in der Regel mit Partnerverlagen zusammen. Diese Form der Zusammenarbeit hilft uns, ein Buch innerhalb der weitverzweigten Verlagsbranche zu positionieren. Es geht darum, eine Übereinstimmung zwischen der Identität des CCA, dem Buch und den Partnern zu finden. So haben wir uns für die französische Ausgabe von *Amerikanizm* für einen Verlag entschieden, der das interessierte Publikum in den französischsprachigen Teilen Europas zu erreichen vermag. Und für die englische Ausgabe arbeiteten wir mit einem Verlag zusammen, der eine lange Erfahrung in Büchern über Architekturgeschichte hat. Die Partnerverlage sind für uns auch kritische Instanzen, die uns sagen, was an einem Projekt aus ihrem Gesichtspunkt interessant ist oder nicht. Wir bitten sie jedoch immer, uns Autonomie und Vertrauen zu geben. Natürlich informieren wir sie laufend über den Prozess, aber sie halten sich normalerweise zurück, bis das Buch druckfertig ist.

Für das Design machen wir keine offenen Ausschreibungen oder Konkurrenzpräsentationen, zumindest haben wir das bis jetzt nicht getan. Für jedes Buchprojekt ist normalerweise ein Redaktionsmitglied des CCA verantwortlich, das alle Etappen von der frühen Recherche bis hin zum Lektorat betreut. Da diese Person weiss, welche Wirkung wir mit dem Buch erreichen wollen, schaut sie sich um und macht Vorschläge für das Design. Die Entscheidung wird dann von diesem Redaktionsmitglied gemeinsam mit mir und der Leiterin des CCA, Giovanna Borasi, getroffen, die stark in alle unsere Projekte involviert ist.

Wir wählen oft Schweizer Gestalterinnen und Gestalter aus, manchmal auch deutsche. Das könnte als ein Einfluss von Lars Müller erscheinen, der wie erwähnt einst als Mitherausgeber einiger unserer Bücher agierte. Aber der Hauptgrund ist, dass die meisten von uns ausgebildete Architektinnen und Architekten sind. Deshalb haben wir grossen Respekt für die Art und Weise, wie die Schweizer Buchgestaltung Inhalte strukturiert, denn strukturelle Systeme hängen eng mit Architektur zusammen, und beide weisen ähnliche Denkweisen auf. Gleichzeitig hat die intensive Zusammenarbeit mit Schweizer Gestalterinnen und Gestaltern dazu geführt, dass wir eine einheitliche Identität ent-

dustria dell'editoria. Sta tutto nell'armonizzare il carattere del CCA, l'opera e il co-editore. Per *L'amerikanizm* abbiamo pensato che l'edizione francese avesse bisogno di un partner in grado di raggiungere il pubblico francofono in Europa. Per quella inglese abbiamo invece optato per qualcuno che vantasse una solida esperienza nei libri di storia dell'architettura. Per noi i co-editori si inquadrano anche come critici, ci dicono se e quanto trovano interessante il nostro progetto. Comunque, chiediamo sempre autonomia e di fidarsi di noi. Li teniamo aggiornati lungo tutto il percorso, ma di solito seguono il motto «guardare, non toccare» finché il libro non è pronto per la stampa.

Quanto alla scelta dei designer, non pubblichiamo bandi o inviti, o almeno non lo abbiamo fatto fino ad ora. Di ogni progetto di libro si fa solitamente carico un editor del CCA che lo segue dalle primissime fasi della ricerca fino alla correzione delle bozze. Conoscendo il carattere che il libro deve trasmettere, è questa persona a guardarsi intorno e fare qualche nome. La decisione finale viene poi presa con me e Giovanna Borasi, la direttrice del CCA, che è fortemente coinvolta in tutti i nostri progetti.

Spesso preferiamo graphic designer svizzeri, a volte anche tedeschi – forse è anche un'influenza ereditata da Lars Müller, che qualche anno fa era co-editore di alcuni dei nostri libri. Ma la ragione principale è che siamo quasi tutti architetti qualificati e rispettiamo molto il lavoro degli esperti svizzeri nella strutturazione dei contenuti. C'è un dialogo intenso fra sistemi strutturali e architetture, quindi la mentalità è allineata. Allo stesso tempo, il forte legame con designer svizzeri ci ha permesso di sviluppare un'identità coerente. Anche se lavoriamo ogni volta con professionisti diversi e non c'è nessuna omogeneità quanto a dimensioni, collane e co-editori dei nostri libri, tutti sono in qualche modo connessi tra loro nel rapporto testo – immagine o nella struttura dei contenuti. E penso che sia merito della cultura dello Swiss design.

Di solito, coinvolgiamo il designer molto presto, invitandolo al CCA per condividere con noi una sessione di lavoro – se il libro è legato a una mostra è presente anche il curatore o la curatrice. Trascorriamo insieme qualche giorno, ripercorrendo le nostre idee, tutte le ricerche svolte, i contenuti. Lo esponiamo a tutto il nostro lavoro di ricerca, a

Comme c'est le cas pour l'ouvrage de Jean Louis Cohen, *L'amerikanizm*, nous collaborons avec d'autres maisons d'édition. C'est une forme de partenariat qui nous aide à faire une place à nos livres dans la vaste industrie de l'édition. Il s'agit de mettre en accord l'identité du CCA, le livre et la maison d'édition associée. Pour *L'amerikanizm*, nous avons estimé que l'édition française nécessitait un partenaire capable de toucher en Europe l'audience francophone intéressée. Et pour l'édition anglaise, nous avons opté pour une institution très fortement axée sur les livres abordant l'histoire de l'architecture. Cette institution, pour nous, joue aussi le rôle de critique, qui nous dira jusqu'à quel point notre projet l'intéresse ou non. Mais nous lui demandons toujours de nous laisser notre autonomie et de nous faire confiance. Nous la tenons au courant durant tout le processus, mais en principe elle n'intervient pas avant que le livre soit prêt pour l'impression.

Pour le design, nous ne faisons pas de mise au concours ou de soumissions, ou du moins nous n'en avons pas fait jusqu'à présent. Pour chaque projet de livre une personne en charge du processus éditorial est impliquée dès les tout premiers stades de la recherche jusqu'à celui des épreuves. Comme cette personne sait quel genre de caractère nous voulons donner au livre, elle va effectuer des recherches dans le milieu et faire des suggestions pour le design. La décision finale sera alors prise avec moi et avec Giovanna Borasi, qui est la directrice du CCA, fortement impliquée dans tous nos projets.

Nous avons tendance à choisir souvent des designers graphiques suisses, parfois allemands aussi. Cela tient peut-être à l'influence de la contribution de Lars Müller comme coéditeur de quelques-uns de nos livres, voilà quelques années. Mais la raison principale est que beaucoup d'entre nous ont une formation d'architecte, et nous respectons énormément le travail de structuration du contenu réalisé par les designers suisses. Les systèmes structurés sont un langage très parlant en architecture ; il s'agit de manières de penser parallèles. En même temps, notre lien très fort avec les designers suisses nous a permis de développer une identité cohérente. Même si nous travaillons à chaque fois avec des designers graphiques différents, et si nous avons différents formats de livres, différentes séries, différentes institutions coéditrices,

Publisher Name	Type	Category	Address	Phone	Website	Founding year	Employees	Published books in 2020	Published books in total	Countries of distribution
----------------	------	----------	---------	-------	---------	---------------	-----------	-------------------------	--------------------------	---------------------------

all the research we have done, the content. The graphic designer is really exposed to the full breath of the research. And a very key aspect of this process is that they get to know the institution: the team, the building, how we do things. It usually takes us one year to develop a publication, and there are constant updates, so after the first work session we rely a lot on Zoom calls. We also ask the designers to be patient with us, because we tend to be very much involved in all the decisions. There is a lot of challenging from both sides. We also let the graphic designers have a say when choosing the printer, because we want them to be able to supervise the quality of the production.

Sales are very important to us, but clearly books are big investments for the institution, in the same way that exhibitions are investments. There are very few institutions that make money with exhibitions, and the same could be said for books. This is one of the reasons why institutions are becoming stronger publishers, or have more of a presence in the publishing world, because they are able to do things that independent publishers cannot do without the support of institutions. But while we mostly rely on the CCA's own operating budget to produce our books, we also look for grants, for instance from the Graham Foundation. And as with the question of co-publishers, this is an opportunity to develop partnerships and to be part of the network of organisations that are supported by these foundations. The CCA Singles, which is one of the projects submitted to this year's *Most Beautiful Swiss Books* award, would not be possible without the support of the Graham Foundation.

Right now, our digital department is producing documentary films, which is a very interesting new line of work for the CCA. This complements our publishing activity, but in a certain way also replaces it. We are really exploring the use of film as a way to discuss questions related to our experience of the built environment, which I think works very well. Back in 2014, before the digital department was put together, we started a series of small electronic publications related to a big project at the CCA about the use of digital tools in architecture in the 1980s and 1990s. We realised that the best way to publish the material that we were collecting was digitally, because we wanted to highlight the digital nature of the work. This was

wickeln konnten. Auch wenn wir jedes Mal mit jemand anderem arbeiten, und auch wenn wir verschiedene Buchgrößen, verschiedene Serien und verschiedene Partnerverlage haben, sind unseren verschiedenen Publikationen doch durch einen roten Faden miteinander verbunden, weil die Beziehung zwischen Text und Bild und die Struktur des Inhalts jeweils vergleichbar ist. Dies hat meines Erachtens mit der Kultur der Schweizer Buchgestaltung zu tun.

Normalerweise binden wir die Leute von der Gestaltung sehr früh in den Prozess ein und laden sie zu Arbeitssitzungen im CCA ein. Wenn es sich um ein Buch handelt, das mit einer Ausstellung zusammenhängt, dann wird zu diesem Zeitpunkt auch die Kuratorin oder der Kurator anwesend sein. Während einigen Arbeitstagen präsentieren wir unsere Ideen, die bereits getätigte Recherche, den Inhalt. Die Gestalterinnen und Gestalter werden also mit der ganzen Bandbreite unserer Forschungen vertraut gemacht. Und ein sehr wichtiger Aspekt dieses Prozesses ist das Kennenlernen unserer Institution: das Team, das Gebäude, wie wir arbeiten. Normalerweise brauchen wir dann ungefähr ein Jahr, um eine Publikation zu entwickeln, und es gibt ständig Änderungen, daher führen wir nach der ersten Arbeitssitzung häufig Zoom-Konferenzen durch. Wir bitten die Leute von der Gestaltung auch, mit uns geduldig zu sein, denn wir tendieren dazu, uns in alle Entscheidungen einzumischen. Es gibt also zahlreiche Herausforderungen für beide Seiten. Auch die Auswahl der Druckerei treffen wir gemeinsam, weil wir wollen, dass die Gestaltung ein gutes Verhältnis zur Druckerei hat und die Qualität der Produktion vor Ort überprüfen kann.

Der Verkauf ist für uns sehr wichtig, aber natürlich sind Bücher grosse Investitionen für die Institution, genauso wie die Ausstellungen. Es gibt nur sehr wenige Institutionen, die mit Ausstellungen Geld verdienen, und dasselbe könnte man für Bücher sagen. Das ist einer der Gründe, weshalb Institutionen vermehrt als Verlage agieren oder zumindest mehr Präsenz in der Verlagswelt zeigen, denn sie können Dinge realisieren, die für unabhängige Verlage ohne institutionelle Unterstützung nicht möglich sind. Wir stützen uns bei der Publikation unserer Bücher hauptsächlich auf das eigene Budget des CCA, bewerben uns aber auch auf Förderung, zum

360 gradi. E – fattore cruciale – gli facciamo conoscere la nostra istituzione: il team, l'edificio, il nostro modo di fare le cose. In genere lo sviluppo di una pubblicazione richiede un anno, con aggiornamenti continui, quindi dopo la prima sessione di lavoro ci vediamo molto su Zoom. Ai designer chiediamo anche di essere pazienti con noi, perché tendiamo a voler essere coinvolti in tutte le decisioni. Impegnativo, indubbiamente, per entrambe le parti. Inoltre, li invitiamo a partecipare alla scelta della tipografia, perché vogliamo metterli in condizione di monitorare la qualità della produzione.

Le vendite sono molto importanti per noi, ma non si può negare che per il CCA i libri siano dei grandi investimenti, proprio come le mostre. Sono pochissimi gli enti che traggono un profitto dalle mostre, e lo stesso si potrebbe dire per le pubblicazioni. Questo è uno dei motivi per cui le istituzioni divengono sempre più anche editori, o stanno prendendo piede nel ramo: possono infatti fare cose che agli editori indipendenti sono precluse, se non godono del sostegno di qualche ente. Detto questo, sebbene per le nostre produzioni ci affidiamo principalmente al budget operativo del CCA, cerchiamo di ottenere anche sovvenzioni, ad esempio dalla *Graham Foundation*. E proprio come per la questione dei co-editori, è un'opportunità per sviluppare nuove collaborazioni e inserirsi nella rete delle organizzazioni promosse. I *CCA Singles*, uno dei progetti presentati quest'anno al concorso (I più bei libri svizzeri), non sarebbero possibili senza il sostegno della *Graham Foundation*.

In questo momento, il nostro dipartimento digitale sta producendo dei film documentari: una nuova, interessantissima linea di lavoro per il CCA che integra – ma in un certo senso anche sostituisce – la nostra attività editoriale. Stiamo esplorando nel vero senso della parola l'uso del video come strumento di riflessione sulla nostra esperienza dell'ambiente costruito, con risultati che trovo ottimi. Nel 2014, prima dell'istituzione del dipartimento digitale, abbiamo avviato una serie di piccole pubblicazioni elettroniche su un grande progetto del CCA, circa l'uso degli strumenti digitali in architettura negli anni Ottanta e Novanta. Ci siamo resi conto che il modo migliore per divulgare il materiale che stavamo raccogliendo era digitale, essendo questa la natura del lavoro analizzato. È stato un esperimento che ci ha aiutati a sondare il poten-

il y a quelque chose dans la relation entre texte et image, dans la structure du contenu qui se retrouve de livre en livre. Et je pense que cela a quelque chose à voir avec la culture suisse du design.

Habituellement, nous introduisons très tôt les designers graphiques dans le processus, et nous les invitons au CCA, pour qu'ils viennent et partagent avec nous une séance de travail. S'il s'agit d'un livre en relation avec une exposition, il arrive un moment où la présence des commissaires d'exposition est requise. Nous avons quelques jours de travail durant lesquels nous passons en revue nos idées, toutes les recherches que nous avons faites, le contenu du futur ouvrage. Les designers graphiques se voient vraiment présenter toutes les facettes de la recherche. Et un aspect essentiel du processus est qu'ils fassent connaissance avec l'institution : l'équipe, le bâtiment, nos manières de faire. Mener à chef une publication nous prend en général une année, avec des mises à jour constantes, si bien qu'après la première séance de travail nous comptons beaucoup sur les séances par Zoom. Nous demandons aussi aux designers de faire preuve de patience envers nous, parce que nous avons tendance à être très impliqués dans toutes les décisions. Les défis sont multiples, des deux côtés. Nous laissons aussi les designers graphiques dire leur mot lors du choix de l'imprimerie. Parce que nous voulons qu'ils soient en mesure de superviser la qualité de la production.

Les ventes sont très importantes pour nous, mais il est clair que les livres sont de gros investissements pour l'institution, de la même manière que les expositions sont des investissements. Il y a bien peu d'institutions qui fassent de l'argent avec des expositions, et l'on pourrait dire la même chose pour les livres. C'est une des raisons pour lesquelles les institutions ont pris plus d'importance en tant que centres d'édition, où qu'elles ont plus de présence dans le monde éditorial, parce qu'elles sont capables de faire des choses que les maisons d'édition indépendantes ne peuvent réaliser sans le soutien d'institutions. Mais tout en nous appuyant principalement, pour produire nos livres, sur le budget opérationnel du CCA lui-même, nous cherchons aussi des subventions, par exemple de la part de la Graham Foundation. Et comme dans le cas des maisons d'édition associées, c'est une occasion de développer des parte-

Publisher Name	Type	Category	Address	Phone	Website	Founding year	Employees	Published books in 2020	Published books in total	Countries of distribution
----------------	------	----------	---------	-------	---------	---------------	-----------	-------------------------	--------------------------	---------------------------

a helpful experiment for us to see what a digital publication could be, rather than just convert printed books into a digital format. These publications were digital only, and very light, intended to be read on the phone.

We are now discussing moving into open access models in order to make research hosted or produced by the CCA as widely available as possible. We are planning to launch this line of work with a series of essays that are the final output of a big research project on environmental histories in architecture. We are very curious to see what the impact of publishing these essays online on open access platforms will be for our work. Is it going to transform our publishing model? Yet another way of digital publishing is through our website, where we have a programme of thematic issues. We use issues in the same sense as a magazine uses them, as umbrellas for a series of articles on a topic. The articles can be essays, but also videos or interviews. And we publish one article every week.

We still think that a proliferation of various publishing formats is useful and can coexist. But I wonder what the impact of this last year will be. Personally, I have only bought a couple of books, I haven't travelled, I haven't been to any bookstores (and I don't buy on Amazon). I am wondering if this is indicative of a change in behaviour. I'm not sure. For us it is still important to leave a physical trace of our activity, and the book not only allows us to articulate our ideas but is also still very useful as a way to communicate the character of the institution.

Beispiel von der *Graham Foundation*. Wie die Partnerverlage geben uns auch Förderbeiträge die Möglichkeit, Beziehungen aufzubauen, indem wir in ein Netzwerk von Organisationen eintreten, die von der jeweiligen Stiftung unterstützt werden. Eines unserer Projekte, die CCA Singles, die wir für den diesjährigen Wettbewerb «Die schönsten Schweizer Bücher» eingereicht haben, wäre ohne die Unterstützung der *Graham Foundation* nicht möglich gewesen.

Derzeit produziert unsere digitale Abteilung Dokumentarfilme, was ein sehr interessantes neues Arbeitsgebiet für das CCA ist. Es ergänzt unsere Publikationstätigkeit, ersetzt sie aber in gewisser Weise auch. Wir erforschen die Möglichkeit, Fragen zu unserer Wahrnehmung der gebauten Umwelt im Medium des Films zu diskutieren, was meiner Meinung nach sehr gut funktioniert. Schon 2014, bevor die Abteilung für Digitales ins Leben gerufen wurde, haben wir im Rahmen eines grossen Projekts über digitale Werkzeuge in der Architektur der 1980er- und 1990er-Jahre mit einer Reihe kleiner digitaler Publikationen begonnen. Wir erkannten, dass dies die beste Art und Weise war, das gesammelte Material zu veröffentlichen, weil wir die digitale Natur der Arbeiten hervorheben wollten. Es war ein hilfreiches Experiment und zeigte uns, wie eine digitale Publikation aussehen könnte, die nicht bloss ein gedrucktes Buch in digitalem Format abbildet. Diese Publikationen waren ausschliesslich digital und sehr kompakt, damit sie auch auf dem Smartphone gelesen werden konnten.

Im Moment diskutieren wir auch den Übergang zu Open-Access-Modellen, um die vom CCA getätigten oder produzierten Forschungsarbeiten so breit wie möglich zugänglich zu machen. Wir planen, dieses Projekt mit einer Reihe von Essays zu lancieren, die das Resultat eines grossen Forschungsprojekts zur Umweltgeschichte in der Architektur sind. Wir sind äusserst gespannt, welchen Effekt die Online-Veröffentlichung dieser Essays über Open-Access-Plattformen auf unsere Arbeit haben wird. Wird sie unser Publikationsmodell verändern? Als weitere Möglichkeit des digitalen Publizierens nutzen wir unsere Website, auf der wir ein Programm mit thematisch fokussierten Nummern anbieten. Wir verwenden die einzelnen Nummern in derselben Art wie eine Zeitschrift dies

ziale di una pubblicazione di questo tipo, che va oltre la semplice conversione da stampa a digitale; in questo caso abbiamo prodotto testi solo online e per di più molto compatti, pensati per la lettura sullo schermo di un telefono.

Ora stiamo valutando il passaggio a modelli Open Access, per diffondere al massimo le attività di ricerca ospitate o prodotte dal CCA. Abbiamo in programma di lanciare questa linea di lavoro con una serie di saggi frutto di un ampio progetto di ricerca sulla storia dell'ambiente in architettura. Ci incuriosisce vedere quale sarà l'impatto che la pubblicazione online di questi saggi su piattaforme Open Access avrà sul nostro lavoro. Trasformerà il nostro modello editoriale? Un altro canale ancora per la diffusione digitale è il nostro sito web, dove abbiamo una serie di numeri a tema. Concepiamo i singoli numeri come si fa con le riviste, come sorta di raccolte di articoli su un dato argomento – saggi, certo, ma anche video o interviste. E pubblichiamo un articolo ogni settimana.

Siamo ancora del parere che la proliferazione di diversi formati editoriali sia utile e che i vari formati possano coesistere. Mi chiedo però quale impronta lascerà quest'ultimo anno passato. Personalmente, ho comprato solo un paio di libri, non ho viaggiato, non sono mai stato in libreria (e non compro su Amazon). Mi chiedo se possa essere un segnale di un cambiamento nei comportamenti. Non ne sono sicuro. Per noi è ancora importante lasciare una traccia fisica della nostra attività, e il libro ci permette non solo di articolare le nostre idee, ma è ancora un valido strumento per veicolare il carattere dell'istituzione.

nariats et de faire partie du réseau d'organisations soutenues par ces fondations. Les CCA Singles, qui est l'un des projets présentés cette année aux « Plus beaux livres suisses », ne serait pas possible sans le soutien de la Graham.

En ce moment, notre département numérique produit des films documentaires, ce qui constitue une nouvelle orientation très intéressante pour le travail du CCA. Cela complète notre activité éditoriale, mais d'une certaine manière le remplace aussi. Nous sommes vraiment en train d'explorer le film comme lieu de discussion des questions liées à notre expérience de l'environnement architectural, et je crois que cela marche très bien. Dès 2014, avant que le département numérique soit mis sur pied, nous avons commencé une série de modestes publications électroniques en lien avec un gros projet du CCA sur l'usage des instruments numériques en architecture au cours des années 1980 et 1990. Nous avons pris conscience que le meilleur moyen de publier le matériel que nous étions en train de collecter était le numérique, parce que nous voulions mettre en évidence la nature numérique du travail. Ce fut une expérience utile pour nous de voir à quoi pouvait ressembler une publication numérique, plutôt que de convertir simplement des livres imprimés dans un format électronique. Ces publications étaient exclusivement numériques, et très légères, conçues pour être lues sur téléphone mobile.

Nous envisageons maintenant de passer à des modèles en libre accès, afin que la recherche abritée ou produite par le CCA soit la plus largement accessible. Nous projetons de lancer cette ligne de travail avec des séries d'essais qui seront le produit final d'un gros projet de recherche sur l'histoire de l'environnement en architecture. Nous sommes très curieux de voir quel impact la publication de ces essais en ligne et en libre accès aura sur notre travail. Cela va-t-il transformer notre modèle éditorial ? Cependant, un autre type de publication numérique est fourni par notre site web, où nous avons un programme thématique. Il s'agit de numéros consacrés à un thème au sens où les magazines en proposent : la désignation générique d'une série d'articles sur tel ou tel sujet. Les articles peuvent être des essais, mais aussi des vidéos, des interviews. Et nous publions un article par semaine.

Name	Type	Category	Address	Phone	Website	Founding year	Employees	Published books in 2020	Published books in total	Countries of distribution
					tut: als Gefässe für eine Reihe von Artikeln zu einem bestimmten Thema. Bei den Artikeln kann es sich um Essays, aber auch um Videos und Interviews handeln. Und wir veröffentlichen jede Woche einen Artikel. Wir sind immer noch der Meinung, dass eine Vielzahl verschiedener Publikationsformate sinnvoll ist und nebeneinander bestehen kann. Aber ich frage mich, was dieses letzte Jahr bewirkt hat. Ich persönlich habe nur wenige Bücher gekauft, ich bin nicht verweist, ich war in keinem Buchladen – und ich kaufe nicht bei Amazon. Ich frage mich, ob solche neuen Wohnheiten als nachhaltige Änderungen in unserem Verhalten bleiben werden. Ich bin mir nicht sicher. Für uns am CCA ist es auf jeden Fall nach wie vor wichtig, ein greifbares Zeugnis unserer Tätigkeiten zu hinterlassen. Das Buch erlaubt uns nicht nur, unsere Ideen zu artikulieren, sondern es hilft uns auch dabei, die Identität unserer Institution zu vermitteln.				Nous continuons à penser que la prolifération de formats éditoriaux variés est bénéfique, et que leur coexistence est possible. Mais je me demande quel sera l'impact de l'année qui vient de s'écouler. Personnellement je n'ai acheté que quelques livres, je n'ai pas voyagé, je n'ai pas mis les pieds dans une seule librairie (et je n'achète pas sur Amazon). Je me demande si c'est le signe d'un changement de comportement. Je n'en suis pas sûr. Pour nous, il reste important de laisser une trace physique de notre activité, et le livre ne doit pas seulement permettre de donner forme à nos idées. Il demeure très utile comme moyen de faire connaître la personnalité de l'institution.	
CCS Bard	Institutional publisher	Art / Photography / Thematic books	33 Garden Road, Annandale-on-Hudson, NY 12504 (US)	+18457587598	ccs.bard.edu	1992	16	3	51	Europe, USA
Centre culturel suisse. Paris	Institutional publisher	Architecture / Art / Design/ Photography	38 rue des Francs-Bourgeois, 75003 Paris (FR)	+33142719570	ccsparis.com	1985	9	3	55	Worldwide
Christoph Merian Verlag	Independent publisher	Architecture / Art / Photography / Other	St.Alban-Vorstadt 12, 4052 Basel	+41612263325	merianverlag.ch	1976	4	27		Worldwide
Ciao Press	Independent publisher	Art / Photography	Via a la Camana 20, 6827 Brusino Arsizio	+41793188152	ciaopress.com	2018	1	1	6	Europe
CoLibri					co-libri.ch					
Common Era					isolarii.com					
Das Verlag					dasnarr.ch					
DelMonico Books	Commercial publisher	Architecture / Art / Design / Photography / Other	75 Broad Street, Suite 630, New York, NY 10004 (US)		delmonicobooks.com	2008		27	407	Worldwide

Name	Type	Category	Address	Phone	Website	Founding year	Employees	Published books in 2020	Published books in total	Countries of distribution
DFA Department of Fine Arts, Zurich University of the Arts										Switzerland
	Institutional publisher	Art	Pfingstweidstrasse 96, 8005 Zürich		zhdk.ch					
Diaphanes Verlag					diaphanes.net					
dino&pulcino						2005	2	3	36	Italy, Switzerland
	Independent publisher	Children's books	Via Furnasee 5h, 6853 Ligornetto	+41916473129	dinoepulcino.ch					
Diogenes Verlag AG						1952	70			Austria, Germany, Switzerland
	Independent publisher	Art / Children's books / Cookbooks / General interest / Photography / Textbooks / Thematic books / Other	Sprecherstrasse 8, 8032 Zürich	+41442548511	diogenes.ch					
Dr. Cantz'sche Verlagsgesellschaft (DCV)						1933/2018	8	40	115	Worldwide
	Commercial publisher	Architecture / Art / Design / Photography / Textbooks / Thematic books	Prinz-Eugen-Straße 17A, 13347 Berlin (DE)	+493026300494	dcv-books.com					
DU+ICH Verlag GmbH						1959	3	1	10	Austria, Germany, Switzerland
	Independent publisher	Art / Photography / Thematic books	Jungstrasse 22, 4056 Basel	+41764063867	susannevettiger.ch					
ECAL/Ecole cantonale d'art de Lausanne						1821	125	10	~ 210	Worldwide
	Institutional publisher	Art / Cinema / Graphic design / Industrial design / Photography / Research	Avenue du Temple 5, 1020 Renens	+41213169933	ecal.ch, ecal-shop.ch					
edition bastiann						2019	1	1	3	Germany, Switzerland
	Self-publisher	Art / Photography / Other	Plazza Gronda 2, 7543 Lavin	+41794207456	bastiann.ch					
edition clandestin						1989	1	8	112	Worldwide
	Independent publisher	Architecture / Art / Children's books / Cookbooks / Design / General interest / Photography / Textbooks / Thematic books / Other	Schützengasse 86, 2502 Biel	+41323772131	edition-clandestin.ch					
edition fink, Verlag für zeitgenössische Kunst						1994	1	9	247	Worldwide
	Independent publisher	Art	Dorfstrasse 40, 8037 Zürich	+41442805562	editionfink.ch					
Edition Hochparterre						2013	1	6	43	Worldwide
	Commercial publisher	Architecture / Design / Other	Ausstellungsstrasse 25, 8005 Zürich	+41444442888	edition.hochparterre.ch					

Publisher Name	Type	Category	Address	Phone	Website	Founding year	Employees	Published books in 2020	Published books in total	Countries of distribution
Edition Hors-Sujet Independent publisher Art / Photography / Thematic books Hügelstrasse 40, 8002 Zürich edition-hs.com						2018	3	1	3	Worldwide

Awarded book: Chaque Mercredi Caracas
Designers: Huber/Sterzinger, Zürich, with Noha Mokhtar, New York (US)

This markedly landscape-format and highly flexible self-publication made of newspaper, containing over 200 black-and-white images cut out from historical travel reportages, has a strong identity and is an astute reflection on the Covid-19 pandemic. The cut-outs come from the *New York Times* and *Le Monde* since the 1960s, and each is presented in isolation on the right-hand page, coarsely grained as a result of being enlarged. While a brief, somewhat enigmatic text on the cover and a few conceptual thoughts at the end reference the relationship between tourism and colonialism, a slim insert containing letters written by friends of the participants addresses life under pandemic conditions. The publication thus reveals itself to be a commentary on the far-reaching travel restrictions of 2020, but the randomly combined source material, occasionally cropped in unconventional fashion, does not propose an unambiguous narrative. Instead, it manifests the expectations of readers who immerse themselves in images and imagined paradises precisely because they are unable to travel.

Eine ausgeprägt querformatige und sehr biegsame Selbstpublikation aus Zeitungspapier, die gut 200 schwarz-weiße Bildausschnitte aus historischen Tourismusreportagen versammelt, hat eine starke Identität und bietet eine schlaue Reflexion auf die Covid-19 Pandemie. Die Ausschnitte stammen aus der *New York Times* und *Le Monde* seit den 1960er-Jahren und stehen immer einzeln auf einer rechten Buchseite, wobei sie durch Vergrößerung grob gerastert sind. Während ein eher rätselhafter Kurztext auf dem Cover und einige konzeptionelle Überlegungen am Ende auf tourismus- und kolonialgeschichtliche Zusammenhänge verweisen, adressiert ein eingelestes dünnes Heft mit Briefen aus dem Freundeskreis der Beteiligten das Leben unter Pandemie-Bedingungen. Erweist sich die Publikation so als Kommentar zu den starken Reisebeschränkungen von 2020, resultiert aus dem frei kombinierten und bisweilen ungewohnt zugeschnittenen Quellenmaterial aber kein eindeutiges Narrativ. Eher manifestiert sich eine Erwartungshaltung von Lesenden, die sich gerade deshalb in Bilder und Imaginationen von Sehnsuchtsinseln vertiefen, weil sie selbst nicht reisen können.

Un’auto-pubblicazione in carta da giornale, dal formato spiccata-mente orizzontale, estremamente flessibile, con oltre 200 ritagli fotografici in bianco e nero da reportage turistici storici, che rivela una forte identità e offre un’intelligente riflessione sulla pandemia di Covid-19. Tratti da numeri degli anni Sessanta del *New York Times* e di *Le Monde*, gli estratti vengono presentati sempre singolarmente sulla pagina di destra, con una retinatura grossolana prodotta dall’ingrandimento. Un breve testo, piuttosto sibillino, sulla copertina e alcune riflessioni concettuali al termine del libro rimandano alla connessione tra la storia del colonialismo e lo sviluppo del turismo, mentre un sottile inserto con lettere di amiche e amici delle persone coinvolte è dedicato alla vita durante la pandemia. Ne deriva una pubblicazione che vuole essere un commento alle forti restrizioni di viaggio del 2020, pur senza dar vita a una narrazione univoca, combinando liberamente materiale originale e talvolta riproducendolo in maniera insolita. Si manifesta piuttosto un’aspettativa da parte dei lettori, che si immergono in immagini e rappresentazioni fantastiche di isole da sogno proprio perché non è permesso viaggiare.

Cet ouvrage autoédité, que le papier journal rend très souple et qui se présente dans un format panoramique, possède une identité forte et propose une réflexion astucieuse sur la pandémie de Covid-19. Il réunit près de 200 fragments noir et blanc d’images publiées depuis les années 1960 dans les suppléments « Voyages » du *New York Times* et du *Monde*. Les images, une par page de droite, ont été agrandies, ce qui leur confère une trame grossière. Un court texte relativement mystérieux en couverture et quelques notes d’ordre conceptuel en fin d’ouvrage font référence à l’histoire du tourisme et de la colonisation. Un fin cahier encarté reproduit des lettres adressées aux concepteurs et à la conceptrice et dans lesquelles des amis et amies racontent les effets de la pandémie sur leur vie. Si le livre semble ainsi commenter les importantes restrictions de voyage qui ont marqué l’année 2020, sa matière iconographique très librement composée et les recadrages parfois inattendus composent un discours plus équivoque. Ce qui se manifeste plutôt, ce sont les attentes de lecteurs et lectrices qui cherchent à s’absorber dans les images et l’imaginaire d’îles paradisiaques en raison justement de l’impossibilité de voyager.



Publisher Name	Type	Category	Address	Phone	Website	Founding year	Employees	Published books in 2020	Published books in total	Countries of distribution
Edition Moderne Independent publisher Cartoon / Comics / Graphic Novels Klingenstrasse 36, 8005 Zürich +41442237933 editionmoderne.ch						1981	4	12	~400	Austria, Germany, Switzerland



Publisher Name	Type	Category	Address	Phone	Website
Edition Patrick Frey					
Independent publisher					
Art / Photography / Other					
Limmatstrasse 268, 8005 Zürich					
+41443815102					
editionpatrickfrey.					

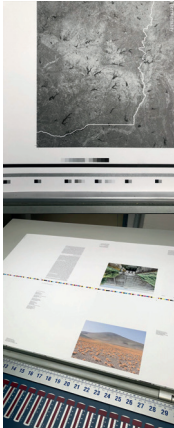
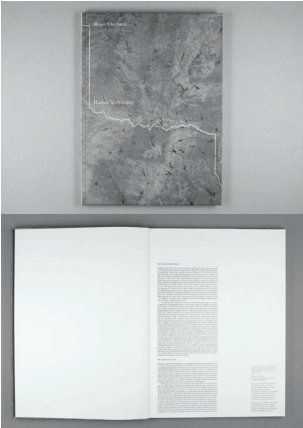
Awarded book: Human Territoriality
Designer: Giliane Cachin, Zürich

A large-format volume of photographs with a silver-grey hardcover and a little over 100 pages is compelling for the way it combines image and text in an unusual but very systematic design. The images are mostly abstract colour photographs of former border areas around the world that Swiss photographer Roger Eberhard has visited. Each is placed individually to left or right on the double page, matching the width of the type area. The opposite page contains minimal information on the localities and countries, the year and page number – scattered on the page but always adjusted to the margins of the type area or the format of the photo – as well as brief comments by Eberhard at the bottom. In addition to creating an excellent navigation system, it also has the effect of making the pages of text appear almost like cartographic arrangements. The space opened up by the book page therefore engages in correspondence with the photographed border areas, both appearing similarly empty and leaving lots of room for the imagination. The black-and-white picture index presented at the end on 15 pages of uncoated grey paper combines each photo with a corresponding excerpt from a map.

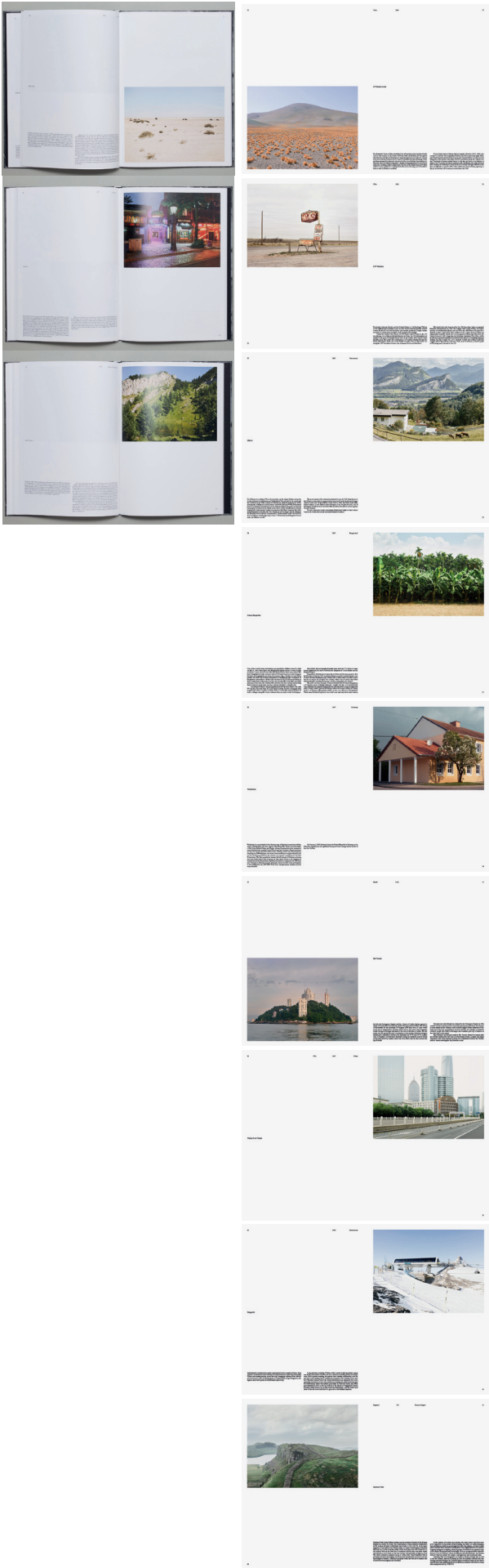
Ein grossformatiger Fotoband mit silbergrauem Hardcover und knapp über 100 Seiten überzeugt durch ebenso systematisch wie aussergewöhnlich gestaltete Verhältnisse von Bild und Text. Gezeigt werden mehrheitlich abstrakte Farbaufnahmen aus ehemaligen Grenzgebieten, die der Schweizer Fotograf Roger Eberhard auf der ganzen Welt bereiste. Die Fotos sind in der Breite des Satzspiegels immer einzeln jeweils rechts oder links auf der Doppelseite platziert. Auf der danebenliegenden Seite sind minimale Angaben zu den Lokalitäten und Ländern, Jahres- und Seitenzahlen, sowie kurze Erläuterungen Eberhards in einer strikten Ordnung so ausgelegt, dass der Satzspiegel und das Bildformat reflektiert werden. Dies bietet nicht nur ein ausgezeichnetes Leitsystem, sondern es hat auch den Effekt, dass die Textseiten fast wie kartografische Anordnungen wirken. Der von der Buchseite eröffnete Raum tritt in Korrespondenz zum fotografierten Landschaftsraum, wobei beide ähnlich leer erscheinen und viel Platz für die Imagination lassen. Im schwarz-weissen Bildindex, der am Ende auf 15 Seiten eines ungestrichenen, grauen Papiers steht, werden die Fotos jeweils mit einem entsprechenden Ausschnitt aus Landkarten kombiniert.

Un volume fotografico di grande formato con copertina rigida grigio-argento e poco più di 100 pagine che convince per i rapporti tra immagine e testo, tanto sistematici quanto insoliti. Il libro mostra fotografie a colori, principalmente astratte, di ex zone di confine visitate dal fotografo svizzero Roger Eberhard in tutto il mondo. Le foto sono sempre posizionate singolarmente nella larghezza dell’impaginato, sul lato destro o su quello sinistro della doppia pagina. Nella pagina adiacente vengono riportate informazioni stringate sulle località e i Paesi, gli anni a cui risalgono gli scatti e i numeri di pagina, così come brevi spiegazioni di Eberhard in una disposizione rigorosa che riflette la griglia di composizione e il formato dell’immagine corrispondente. Ne risulta non solo un eccellente sistema di orientamento nel volume, ma anche l’impressione che le pagine di testo fungano quasi da disposizioni cartografiche. Lo spazio che la pagina del libro apre crea una corrispondenza con lo spazio paesaggistico fotografato: entrambi appaiono ugualmente vuoti e lasciano ampio margine all’immaginazione. Nell’indice delle immagini in bianco e nero, che si trova alla fine su 15 pagine di una carta grigia uso mano, le varie foto sono combinate con corrispondenti estratti di cartine geografiche.

Ce livre de photographie de grand format à la couverture rigide gris argent, qui compte un peu plus de 100 pages, convainc par sa manière aussi systématique qu’extraordinaire d’organiser les rapports entre texte et image. Les photographies couleur, souvent immatérielles, montrent d’anciennes zones frontalières de par le monde que le photographe suisse Roger Eberhard est allé visiter. Les reproductions sont placées soit sur la droite soit sur la gauche d’une double page et occupent toute la largeur du miroir de page. Sur les pages en regard, des indications sommaires sur le pays et le lieu, une date, le folio ainsi que des explications succinctes du photographe sont rigoureusement agencées de manière à refléter le miroir de page et le format de l’image. Cet agencement fournit non seulement un excellent système de navigation mais donne également aux pages textuelles l’aspect de légendes cartographiques. L’espace créé par la page du livre entre ainsi en dialogue avec l’espace du paysage photographié, l’un comme l’autre paraissent également vides et laissent une large place à l’imagination. Dans l’index des illustrations qui s’étend sur 15 pages de papier gris non couché en fin d’ouvrage, chaque image est reproduite en noir et blanc et accompagnée d’un agrandissement de carte géographique situant le lieu de la photo.



Publisher Name	Type	Category	Address	Phone	Website
-------------------	------	----------	---------	-------	---------



106	Publisher Name	Type	Category	Address	Phone	Website	Founding year	Employees	Published books in 2020	Published books in total	Countries of distribution



Awarded book: This Is Not a Commercial
 Designers: Teo Schifferli with Fabian Fretz, Zürich

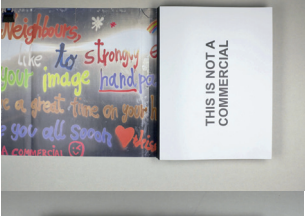
A medium-format, relatively thick book by the Zurich artist duo Veli & Amos adeptly tackles the current production conditions of art in general and art books in particular. The first 60 or so high-gloss pages are filled with full-bleed advertisements for local small businesses from the creative industries and associated sectors. Selling the pages was part of the plan for funding the book, and it is a continuation of the artistic practice documented later on, in which Veli & Amos spent more than three years maintaining a poster wall on the roof of the Zurich gallery building Perla-Mode and rented it out as advertising space (painted, if required). More than 100 ads that were displayed there are documented in a landscape photo each, rotated through 90 degrees and placed on a right-hand page of the book. The pages are cut from a firm poster paper with a special reverse side on which the dates and the artists executing the advertisement are detailed. At the end is a short ‘making of’ section, with an explanatory text and photos of the painting work. The Arial typeface used throughout, which was made popular by Microsoft but is regarded as deficient from a design perspective, references non-professional graphics such as small ads and business cards. This is a piece of local art history in an almost classical yet subtly adapted book form.

Ein mittelformatiges, vergleichsweise dickes Buch des Zürcher Künstler-Duos Veli & Amos thematisiert gekonnt die aktuellen Produktionsbedingungen von Kunst im Allgemeinen und von Kunstbüchern im Besonderen. Die ersten gut sechzig Hochglanzseiten sind mit randabfallenden Werbungen lokaler Kleinfirmen aus den Creative Industries und angrenzender Branchen gefüllt. Der Verkauf der Seiten war Teil des Finanzierungsplans des Buchs, und er führt die anschliessend dokumentierte künstlerische Praxis weiter, in der Veli & Amos während gut drei Jahren eine selbst gebaute Plakatwand auf dem Dach des Zürcher Galeriehauses Perla Mode als Werbefläche vermieteten (und auf Wunsch auch bemalten). Über 100 dort gezeigte Werbungen sind jeweils auf einer rechten Buchseite in einem querformatigen Foto (um 90 Grad gedreht) dokumentiert. Die Seiten bestehen aus einem festen Plakatpapier mit spezieller Rückseite, und auf dieser sind die Daten sowie die Ausführenden der Werbung verzeichnet. Am Ende folgt ein kurzer «Making-of»-Teil mit einem erläuternden Text und mit Fotos von den Malarbeiten. Die durchgängig verwendete Arial-Schrift, die durch Microsoft populär wurde aber als gestalterisch mangelhaft gilt, referiert auf Laiengrafik wie Kleinwerbungen oder Geschäftskarten. Ein Stück Lokalkunstgeschichte in einer fast klassischen, doch subtil angepassten Buchform.

Un libro di medio formato, relativamente spesso, del duo di artisti zurighesi Veli & Amos che affronta con abilità le attuali condizioni di produzione dell’arte in generale e dei libri d’arte in particolare. Le prime sessanta e più pagine lucide sono riempite di pubblicità stampate al vivo di piccole aziende locali attive nelle industrie creative e in settori affini. La vendita delle pagine, parte integrante del piano di finanziamento del libro, porta avanti la pratica artistica documentata in seguito: per un periodo di tre anni abbondanti Veli & Amos hanno offerto a noleggio come spazio pubblicitario (e dipinto su richiesta) un cartellone costruito da loro stessi sul tetto della galleria zurighese Perla Mode. Più di 100 annunci pubblicitari esposti in questo modo sono documentati sulle pagine di destra del volume con una fotografia orizzontale (ruotata di 90 gradi). Le pagine sono realizzate in una solida carta da poster con un retro speciale sul quale sono riportate le date e le artiste o gli artisti che hanno prodotto l’annuncio. Al termine del volume si trova un breve *making-of* con una spiegazione e fotografie dei lavori di pittura. Dall’inizio alla fine viene utilizzato il font Arial, reso celebre da Microsoft ma ritenuto carente dal punto di vista del design: è un riferimento alla grafica non professionale che caratterizza piccole inserzioni e biglietti da visita. Un pezzetto di storia dell’arte locale in un formato libro quasi classico ma intelligentemente adattato.

Un livre de format moyen, relativement épais, du duo d’artistes zurichoïs Veli & Amos thématise habilement les conditions de production actuelles des œuvres d’art en général et du livre d’art en particulier. L’ouvrage commence par une soixantaine de pages en papier couché imprimées à fond perdu. Des publicités pour de petites entreprises locales de l’industrie créative et de secteurs apparentés y occupent tout l’espace. La vente de ces pages faisait partie du plan de financement du livre et prolonge la pratique artistique dont rend compte la suite : Veli & Amos avaient construit un panneau d’affichage sur le toit de l’immeuble de l’espace culturel « Perla-Mode » à Zurich, qu’ils ont ensuite loué (et également peint suivant les demandes) comme espace publicitaire. Les pages de droite présentent plus d’une centaine de photographies de ces publicités, reproduites en format oblong (tournées de 90°). Les pages sont en papier affiche résistant et possèdent un verso spécifique qui indique les dates d’affichage des publicités et les noms des artistes qui les ont réalisées. Une dernière partie du livre contient un court *making-of* avec un texte explicatif et des photos réalisées pendant les travaux de peinture. L’usage systématique de la police de caractère Arial, rendue populaire par Microsoft, mais dont les qualités graphiques sont réputées médiocres, évoque le graphisme amateur des petites publicités locales ou des cartes de visite. Ce livre d’une forme presque classique mais finement adaptée à son sujet raconte ainsi un petit bout de l’histoire de l’art local.

107	Publisher Name	Type	Category	Address	Phone	Website	Founding year	Employees	Published books in 2020	Published books in total	Countries of distribution



Publisher Name	Type	Category	Address	Phone	Website	Founding year	Employees	Published books in 2020	Published books in total	Countries of distribution
										
										
										
Edition Spuren Independent publisher Thematic books Bahnhofplatz 14, 8400 Winterthur +41522123361 spuren.ch						2020	2	6	96	Austria, Germany Switzerland
Edition Stephan Witschi Commercial publisher Art / Photography / Thematic books Zwinglistrasse 12, 8004 Zürich +41442423727 stephanwitschi.ch						2004	2	3	28	Switzerland, Germany
Edition Taube Independent publisher Art Hügelstrasse 40, 8002 Zürich / Goethestrasse 21, 80336 München (DE) +41788024036 editiontaube.de						2009	3	16	130	Worldwide
Edition Ventile Independend publisher Architecture / Art / Design / Photography / Thematic books Unterstrasse 34, 9000 St.Gallen +41796441310 editionventile.com						2020	1	1	1	Worldwide
Éditions Antipodes Independent publisher Children's books / Thematic books Rue de l'Ecole-de-Commerce 1, 1004 Lausanne +41213119340 antipodes.ch						1995	3	16	300	Worldwide
Éditions Clinamen editions-clinamen.com										
Éditions Favre Independent publisher Architecture / Art / Cookbooks / Photography / Thematic books / Other Rue de Bourg 29, 1003 Lausanne +41213121717 editionsfavre.com						1970	9	53	>1800	Belgium, Canada France, Switzerland

Publisher Name	Type	Category	Address	Phone	Website	Founding year	Employees	Published books in 2020	Published books in total	Countries of distribution
Éditions La Joie de lire Independent publisher Children's books 5 Chemin Neuf, 1207 Genève +41228073399 lajoiedelire.ch						1987	6	31	700	Belgium, Canada France, Switzerland
Éditions Lemart Independent publisher Textbooks Voie du Chariot 3, 4eme Etage, 1003 Lausanne +41764238909 editionslemart.com						2019	7	18	22	Belgium, France, Luxembourg, Switzerland
Éditions Macula Independent publisher Architecture / Art / Cookbooks / Photography / Other 10bis rue Bisson, 75020 Paris (FR) +33183817722 editionsmacula.com						1980	1	7	109	Worldwide
éditions McMo Independent publisher Art / Children's books / Design 5 passage Douard, 44000 Nantes (FR) +33240479819 editions-memo.fr						1993	5	17	420	Worldwide
Éditions Noir sur Blanc Independent publisher Art / Cookbooks / Photography / Textbooks 18 Avenue de la Gare, 1003 Lausanne +41216147744 leseditionsnoirsurblanc.fr						1987	7	23	420	Worldwide
Éditions Parallèles Independent publisher Textbooks / Thematic books Schützengasse 73, 2502 Biel/Bienne +41325012977 editions-paralleles.ch						2018	1	1	2	Austria, Germany, Switzerland
Edizioni Periferia Independent publisher Art Museggstrasse 31, 6004 Luzern periferia.ch						1992	1	7	>200	Austria, Germany, Switzerland, USA
Electa Commercial publisher / Institutional publisher Architecture / Art / Children's books / Design / Photography / Other Via Arnoldo Mondadori 1, 20090 Segrate (IT) +39271046254 electa.it						1945	30	70	1800	Worldwide

Awarded book: Enzo Mari curated by Hans Ulrich Obrist. With Francesca Giacomelli
Designers: Norm – Dimitri Bruni, Manuel Krebs, Ludovic Varone, Zürich

The catalogue of the retrospective devoted to Enzo Mari (1932–2020) at the Triennale in Milan reflects the generosity of his working method and makes the extensive material extremely accessible, so that it can serve as a work of reference. The consistent two-column layout varies in font size as it moves through three thematic parts: an interview section is followed by lavishly illustrated depictions of design studies and conceptual works by Mari, while at the end are over three dozen fairly text-heavy homages

Der Katalog zur Retrospektive Enzo Maris (1932–2020) auf der Triennale in Mailand reflektiert die Grosszügigkeit von Maris Arbeitsweise und macht das reichhaltige Material ausgezeichnet zugänglich, sodass er sich als Nachschlagewerk anbietet. Ein konsistentes zweispaltiges Layout zieht sich bei variierender Schriftgrösse durch drei thematische Teile: Nach einem Gesprächsteil folgen reich bebilderte Darstellungen von Designstudien und konzeptionellen Arbeiten Maris, und am Ende stehen über drei Dutzend eher

Il catalogo della retrospettiva su Enzo Mari (1932–2020) alla Triennale di Milano riflette le numerose sfaccettature del lavoro dell'artista e rende estremamente accessibile il cospicuo materiale, tanto da porsi come opera di consultazione. Con caratteri di dimensioni variabili, un layout costante a due colonne accompagna il lettore attraverso tre sezioni tematiche: a una parte discorsiva seguono presentazioni riccamente illustrate degli studi di design e delle opere concettuali di Mari, per chiudere con più di tre dozzine

Le catalogue de la rétrospective d'Enzo Mari (1932–2020) à la Triennale de Milan reflète la générosité de l'approche de l'artiste et rend aisément accessible une matière foisonnante, ce qui en fait un ouvrage de référence. Une même grille de mise en page à deux colonnes, qui utilise différents corps de caractères, structure trois parties thématiques : le livre s'ouvre sur une conversation et une présentation abondamment illustrée des études de design et des travaux conceptuels de Mari, et se clôt par plus d'une trentaine

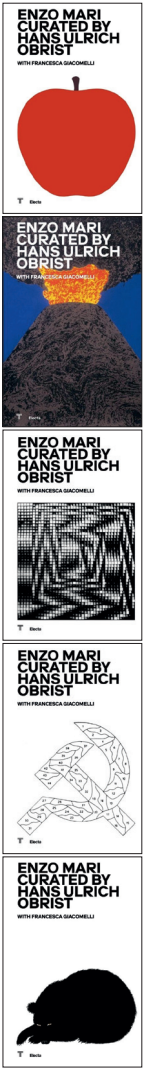
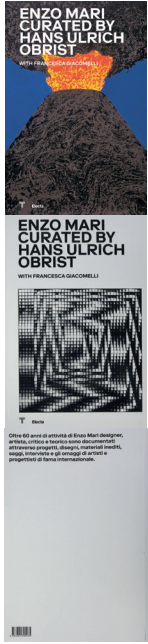
Publisher Name	Type	Category	Address	Phone	Website	Founding year	Employees	Published books in 2020	Published books in total	Countries of distribution
----------------	------	----------	---------	-------	---------	---------------	-----------	-------------------------	--------------------------	---------------------------

and reminiscences by colleagues from the worlds of design and art. Between them is the main section: the actual list of works. It covers 200 pages in a two-column grid, each presenting one to three works along with brief texts and an image of varying size. The objects, drawings, sculptures and furniture are arranged chronologically, resulting in an almost panoptic overview. The simplicity and clarity of the presentation matches the no-frills materiality of the book – a welcome contrast to luxurious coffee-table books. The smooth, light paper and softcover are reminiscent of children’s colouring books, as is the stand-alone schematic drawing of an object on the cover, of which there are five versions. The designers’ familiar house font seems especially appropriate, alluding as it does to Italian type design of the 1960s and 1970s.

textlastige Hommagen und Erinnerungen von Kolleginnen und Kollegen aus Design und Kunst. Dazwischen liegt als Hauptteil der eigentliche Werkkatalog, der auf 200 Seiten in zweispaltigem Raster jeweils eine bis drei Arbeiten mit kurzen Textangaben und einem Bild in variierenden Grössen vorstellt. Die Objekte, Zeichnungen, Skulpturen und Möbel sind chronologisch geordnet und ergeben eine geradezu panoptische Übersicht. Zur Einfachheit und Klarheit der Präsentation passt die schlichte Materialität des Buches, die einen wohlthuenden Gegensatz zu luxuriösen Coffee Tablebooks bildet. Das weiche, leichte Papier und das Softcover erinnern an Malbücher für Kinder, wie auch die alleinstehende schematische Objektzeichnung auf dem Umschlag, von der es fünf Varianten gibt. Die bekannte Hausschrift der Gestalter wirkt in diesem Fall besonders stimmig, weil sie ihrerseits Anleihen bei der italienischen Designgeschichte der 1960er- und 1970er-Jahre nahm.

di omaggi piuttosto densi di testo e ricordi di colleghe e colleghi del mondo del design e dell’arte. Al centro la parte principale, il vero e proprio catalogo delle opere, che su 200 pagine presenta in una griglia a doppia colonna da una a tre opere con brevi testi e un’immagine di dimensioni variabili. Gli oggetti, i disegni, le sculture e i mobili sono disposti cronologicamente e forniscono una panoramica pressoché panottica. Alla semplicità e chiarezza della presentazione corrisponde la materialità essenziale del libro – un benefico contrasto con i lussuosi *coffee-table books*. La carta morbida e leggera e la copertina flessibile ricordano i libri da colorare per bambini, così come il disegno schematico di un singolo oggetto sulla copertina (di cui sono state realizzate cinque varianti). Nel volume appare come scelta più che appropriata il noto carattere tipografico dei designer, a sua volta mutuato dalla storia del design italiano degli anni Sessanta e Settanta.

d’hommages et de témoignages plutôt diserts d’anciens collègues du monde du design et de l’art. La partie principale, le catalogue à proprement parler, figure entre ces deux sections et compte 200 pages. Les différents travaux sont présentés dans une grille à deux colonnes par de brèves légendes et une image de taille variable, à raison d’une à trois par page. Classés par ordre chronologique, les objets, dessins, sculptures et meubles offrent une vision de l’œuvre que l’on pourrait qualifier de panoptique. La simplicité et la clarté de la présentation s’accordent avec la sobre matérialité du livre qui propose une alternative bienvenue aux habituels beaux livres. Le papier doux et léger et la couverture souple évoquent les carnets de coloriage pour enfants, impression renforcée par le dessin d’objet schématique qui orne seul la couverture et dont il existe cinq variantes. La police de caractères maison bien connue des concepteurs graphiques du livre s’intègre ici particulièrement bien puisqu’elle emprunte à l’histoire du design italien des années 1960 et 1970.



Publisher Name	Type	Category	Address	Phone	Website	Founding year	Employees	Published books in 2020	Published books in total	Countries of distribution
----------------	------	----------	---------	-------	---------	---------------	-----------	-------------------------	--------------------------	---------------------------



everyedition	2012	12	30	Worldwide
Independent publisher Architecture / Art / Children’s books / Design / General interest / Photography / Textbooks / Thematic books / Other Ottostrasse 29, 8005 Zürich +41774552369 everyedition.ch				

Awarded book: Corinne
Designers: Chris Eggli in collaboration with Vieceli & Cremers, Zürich

A self-published work by the designers containing a series of portrait photos by Bruno Stettler (1962–2021) from the years 1980 to 1986 shows how a lively photo book can be created with minimal resources. Presented on 40 double-sided mini-posters made of thick high-gloss paper loosely inserted one inside another are one or two full-bleed portraits per side of Stettler’s partner at the time Corinne Huber (1963–2016), a key figure in Zurich’s party scene. In most cases there is much flesh on display, but the images alternate stylistically between artificial fashion photos, documentary images from the music scene, private snapshots and close-ups of Huber’s unmade-up face. The outermost poster serves as a cover, while a half-card containing a small amount of textual information has been inserted in the middle. The poster format recalls Huber’s appearance in the men’s magazine *Penthouse*, while the interleaving of the posters gives rise

Eine Selbstpublikation der Gestalter mit einer Serie von Porträtfotos Bruno Stettlers (1962–2021) aus den Jahren 1980–1986 zeigt, wie mit wenigen Mitteln ein energiegeladenes Fotobuch entstehen kann. Auf 40 lose ineinander gelegten Minipostern aus einem dicken Hochglanzpapier sind jeweils beidseitig und randabfallend ein oder zwei Porträts von Stettlers damaliger Lebensgefährtin, der Zürcher Szene-Bekanntheit Corinne Huber (1963–2016), zu sehen. Die Fotos zeigen meist viel Haut, changieren stilistisch aber zwischen artifiziellen Modefotos, dokumentarischen Bildern aus der Musikszene, privaten Schnappschüssen und Nahaufnahmen des ungeschminkten Gesichts. Das aussenliegende Poster dient als Cover, und für wenige Textinformationen wurde in der Mitte ein Halbkarton eingelegt. Das Posterformat erinnert an einen Auftritt Hubers im Erotikmagazin *Penthouse*, und durch das Ineinanderlegen der Poster ergeben sich

Un’auto-pubblicazione dei designer con una serie di scatti di Bruno Stettler (1962–2021) degli anni 1980–1986 che mostra come sia possibile creare, con poche risorse, un vibrante libro di fotografia. Su 40 miniposter di spessa carta lucida, inseriti sfusi e stampati al vivo su entrambi i lati, si trovano uno o due ritratti dell’allora compagna di Stettler, la celebrità zurighese Corinne Huber (1963–2016). Le fotografie mostrano per lo più estese porzioni di pelle nuda, ma si alternano stilisticamente tra foto di moda artificiali, immagini documentarie della scena musicale, istantanee private e primi piani del volto non truccato. Il poster esterno funge da copertina, e al centro è stato inserito un cartoncino per dare poche informazioni testuali. Il formato poster ricorda la comparsa di Huber come pin-up nella rivista erotica *Penthouse*, e l’incastro dei poster tra loro dà vita a una moltitudine di combinazioni sorprendenti (e, in definitiva, componibili a piacere)

Ce livre autoéité par les designers contient une série de portraits réalisés par le photographe Bruno Stettler (1962–2021) entre 1980 et 1986 et montre comment un nombre limité de choix graphiques peut donner naissance à un livre de photographie énérgique. 40 mini posters en papier glacé épais, pliés et simplement encartés, comportent au recto et au verso un ou deux portraits à fond perdu de celle qui était alors la compagne de Bruno Stettler, Corinne Huber (1963–2016), figure du Zurich branché. Si la plupart des portraits ont en commun d’être généreusement dénudés, leur nature varie : photos de mode très artificielles, images documentaires du milieu de la musique, instantanés de la vie privée ou plans rapprochés du visage sans maquillage. Le poster extérieur fait office de couverture, une carte insérée au centre de l’ouvrage réunit les quelques rares informations textuelles. Le format poster rappelle que Corinne Huber avait aussi été la pin-up d’un

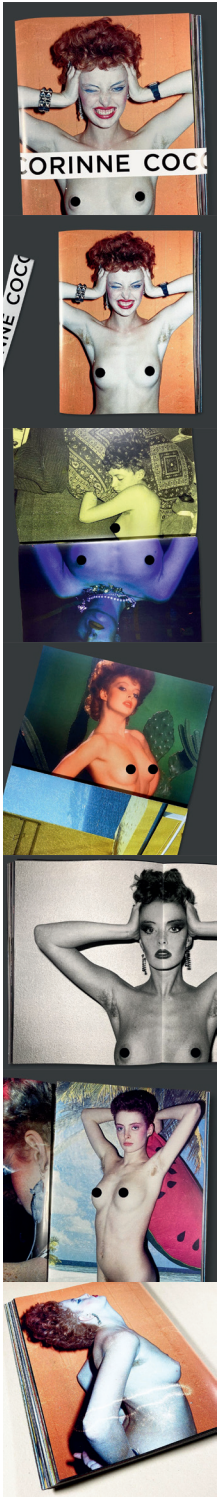
Publisher Name	Type	Category	Address	Phone	Website	Founding year	Employees	Published books in 2020	Published books in total	Countries of distribution
----------------	------	----------	---------	-------	---------	---------------	-----------	-------------------------	--------------------------	---------------------------

to many surprising, randomly selectable combinations. A strong presence throughout, Huber retains control of her multifaceted image, which is anything but a male fantasy. The particular colour palette and the graininess of the photos from the time, along with dust on some of the pictures, underscore the rough-hewn nature of this archive publication.

viele überraschende (und letztlich beliebig wählbare) Kombinationen von jeweils zwei unterschiedlichen Bildern oder Bildhälften. Mit durchgängig starker Präsenz behält Huber Kontrolle über das facettenreiche Gesamtbild – keine Männerphantasie. Die farblichen und körnigen Eigenheiten von damaligen Fotografien sowie teilweise Staub auf den Bildern unterstreichen den rohen Charakter der Archivpublikation.

di due diverse pose o mezze immagini. La forte presenza di Huber permette di mantenere il controllo sulla variegata impressione complessiva – niente fantasia maschili. Le peculiarità cromatiche e granulose delle fotografie dell'epoca, così come la polvere che si vede su alcuni scatti, sottolineano il carattere grezzo della pubblicazione d'archivio.

numéro du magazine érotique *Penthouse*. L'encartage des posters volants permet des combinaisons étonnantes (et de fait librement déterminées) de deux images ou parties d'images. Dominant chaque image de sa présence, Corinne Huber garde la main sur cette vue d'ensemble aux multiples facettes – pas de fantôme masculin ici. La couleur et le grain propres aux photographies de l'époque et la présence de poussière sur certaines soulignent le caractère brut de ce recueil d'archives.



Publisher Name	Type	Category	Address	Phone	Website	Founding year	Employees	Published books in 2020	Published books in total	Countries of distribution
Expanded Media Editions Independent publisher Art / Textbooks Müllheimerstrasse 79, 4057 Basel +41616914503						1970	1	1	54	
FONDATION LASCAUX Independent publisher Art Zürichstrasse 42, 8306 Brüttisellen +41448074122 fondation-lascaux.com						2004	2	1	2	Worldwide
Fontana Edizioni SA Independent publisher Thematic books Via Giovanni Maraini 23, 6963 Pregassona-Lugano +41919413831 fontanaedizioni.ch						1984	5	36	520	Italy, Switzerland
Frac Île-de-France – Le Plateau fraciledefrance.com										
Genusshelden Self-publisher Thematic books Aargauerstrasse 1b, 8048 Zürich +41794132070 genusshelden.ch						2020	1	1	1	Switzerland
Georg Editeur Independent publisher Thematic books 46 chemin de la Mousse, 1225 Chêne-Bourg +41227029311 georg.ch						1857	4	18	>1000	Belgium, Canada, France, Switzerland
Graphic Design Department Gerrit Rietveld Academie rietveldacademie.nl										
GRRRRR Self-publisher Art Fellenbergstrasse 207, 8047 Zürich +41786428768 grrrr.net						1999	1	8		Worldwide
gta Verlag ETH Zurich Institutional publisher Architecture Stefano-Franscini-Platz 5, 8093 Zürich +41446332458 verlag.gta.arch.ethz.ch						1985	5	10	~400	Worldwide
Hacienda Books haciendabooks.com										
Hakuin Verlag Independent publisher Art / Children's books / General interest / Photography / Textbooks Malzstrasse 11, 8045 Zürich +41786017467 hakuin-verlag.com						2010	4	2	20	Europe
Happy Dancer Independent publisher Art / Photography / Other Unit 60, 3-5 Shelford Place, N16 9HS London (UK) +447921585413						2020	2	2	2	Europe, USA

138	Publisher Name	Type	Category	Address	Phone	Website	Founding year	Employees	Published books in 2020	Published books in total	Countries of distribution
	Hatje Cantz					hatjecantz.de					
	Haupt Verlag	Independent publisher					1906	25	100		Worldwide
		Children's books / Design / General interest/ Thematic books / Other		Falkenplatz 14, 3012 Bern	+41313090900	haupt.ch					
	Haus der Farbe – Fachschule für Gestaltung in Handwerk und Architektur	Self-publisher					1995		1	5	Switzerland
		Architecture / Thematic books		Langwiesstrasse 34, 8050 Zürich	+41444934093	hausderfarbe.ch					
	Hauser & Wirth Publishers	Institutional publisher	Art				1992	5	4	175	Worldwide
				Rämistrasse 5, 8001 Zürich	+41445529640	hauserwirth.com/publishers					
	Hécatombe	Self-publisher	Art / Comics / Other				2005	5	3	60	Benelux, France, Switzerland
				Place des volontaires 4, 1204 Genève		hecatombe.ch					
	Hélice Hélas Editeur	Independent publisher	Art / Design / Thematic books				2011	3	12	105	Belgium, Canada, France, Luxembourg, Switzerland
				Rue des Marronniers 20, 1800 Vevey	+41219229020	helicehelas.org					
	Helvetiq	Independent publisher	Children's books / Cookbooks / Thematic books				2008	11	9	120	Belgium, France, Germany
				Côtes de Montbenon 30, 1003 Lausanne	+41787127729	helvetiq.com					
	Hier und Jetzt, Verlag für Kultur und Geschichte	Independent publisher	Thematic books				1998	7	25	625	Austria, Germany, Switzerland
				Breitingerstrasse 23, 8002 Zürich	+41432433073	hierundjetzt.ch					
	Hirmer Verlag	Independent publisher	Architecture / Art / Photography / Other				1948	18	100	3500	Worldwide
				Bayerstraße 57–59, 80335 München (DE)	+49891215160	hirmerverlag.de					
	Historisches und Völkerkundemuseum St.Gallen	Institutional publisher	Photography / Other				1921	30	1	35	Germany, Switzerland
				Museumstrasse 50, 9000 St.Gallen	+41712420642	hvmsg.ch					
	Hochschule für Gestaltung und Kunst FHNW, Institut Industrial Design					fhnw.ch					
	Hofmann.to					hofmann.to					

139	Publisher Name	Type	Category	Address	Phone	Website	Founding year	Employees	Published books in 2020	Published books in total	Countries of distribution
	Die HORNBACH Werkstück Edition					hornbach.ch/werkstueck-edition					
	Humboldt Books	Independent publisher	Architecture / Art / Photography / Other				2012	4	10	107	Europe, Italy, Japan UK, USA
				Via San Marco 33, 20121 Milano (IT)	+3926595898	humboldtbooks.com					
	Infolio	Independent publisher	Architecture / Art / Thematic books/ Other				1999	5	41	915	France, Switzerland
				En Crausaz 10, 1124 Gollion	+41218632247	infofolio.ch					
	intercom Verlag	Independent publisher	Thematic books / Other				2018		1	4	Europe, Switzerland
				Kalkbreitestrasse 3, 8003 Zürich	+41794686946	intercomverlag.ch					
	JBE Books	Independent publisher	Architecture / Art / Children's books / Cookbooks / Photography / Other				2011	5	5	33	Worldwide
				51 rue Claude Decaen, 75012 Paris (FR)		jbe-books.com					
	Jungle Books	Independent publisher	Architecture / Art / Photography				2015	4	3	15	Worldwide
				Unterstrasse 34, 9000 St.Gallen	+41787515190	jungle-books.com					

Awarded book: Rahel Kraft. Paradoxical Creatures
Designers: Samuel Bänziger, Rosario Florio, Larissa Kasper, St.Gallen

The Swiss sound artist Rahel Kraft presents a 500-page black-and-white book with a Japanese binding that ingeniously translates sounds into typography and performance art in book form. More than two dozen ‘text scores’, which readers can transpose into performances, are inscribed in a uniform typeface and size on the immediately accessible pages of the Japanese brochure format. The brief instructions often comprise just a few words per double page, leaving scope for improvisation. Each set of instructions is associated with one of seven dimensions of the performance – from ‘time’ and ‘space’ to ‘metaphor and feeling’ – and accordingly assigned to one of seven page areas marked on stiff index pages recurring throughout the book. Some of the hidden pages that can be peeled open contain a lengthy essay as well as double-page ‘graphic scores’ that propose something resembling masks for the performances. The performative character of the publication is underscored by the fact that during reading the haptics of the soft and hard sheets and even the sound of the peel-open pages come into play. Its extremely

Die Schweizer Klangkünstlerin Rahel Kraft legt ein schwarz-weisses Buch mit 500 japanisch gebundenen Seiten vor, das in verblüffender Weise Geräusche in Typografie und Performancekunst in Buchform überträgt. Auf den unmittelbar zugänglichen Seiten der japanischen Broschur stehen in einheitlicher Schrift und Grösse gut zwei Dutzend «Text Scores», welche durch die Lesenden in Performances umgesetzt werden können. Die knappen Anleitungen umfassen oft nur einige Wörter pro Doppelseite und lassen Raum für Improvisation. Sie sind jeweils einer von sieben Dimensionen der Performance zugeordnet – von «Zeit» über «Raum» bis zu «Metapher und Gefühl» – und entsprechend einem von sieben Seitenbereichen zugeordnet, die auf dazwischenliegenden steifen Registerblättern markiert sind. Auf einigen der versteckten Seiten, die durch Aufreissen zugänglich gemacht werden können, finden sich ein längerer Essay sowie doppelseitige «Graphic Scores», die eine Art Masken für die Performances vorschlagen. Der performative Charakter der Publikation wird dadurch unterstrichen, dass

La *sound artist* svizzera Rahel Kraft presenta un libro di 500 pagine in bianco e nero con rilegatura giapponese che, in modo sconcertante, traspone suoni nel mondo della tipografia e arte performativa sotto forma di libro. Nelle pagine direttamente accessibili della brossura giapponese ci sono due dozzine di «partiture testuali», con caratteri e dimensioni uniformi, che i lettori possono trasformare in performance. Le istruzioni concise spesso constano di pochissime parole per doppia pagina, lasciando spazio all’improvvisazione. Tutte si inseriscono in una delle sette dimensioni della performance – da «tempo» a «metafora e sensazione», passando per «spazio» – e quindi in una delle sette sezioni del libro contrassegnate da linguette rigide inframmezzate alle pagine. Su alcune delle pagine nascoste, accessibili solo dopo essere state strappate, si celano un saggio abbastanza lungo e «partiture grafiche» a doppia pagina che propongono una sorta di maschere per le performance. Il carattere performativo della pubblicazione è sottolineato dal ricorso, già durante la lettura, a espedienti aptici creati dall’alternanza di fogli mor-

L’artiste sonore suisse Rahel Kraft propose un livre en noir et blanc de près de 500 pages à la reliure japonaise qui traduit de manière tout à fait étonnante les bruits en typographie et la performance artistique en livre. Les pages immédiatement accessibles de la reliure japonaise portent, composées dans la même police et le même corps, un peu plus de deux douzaines de « Text Scores », des « partitions de mots » que les lecteurs et lectrices peuvent interpréter pour créer des performances. Les indications succinctes ne comprennent souvent que quelques mots par double page et laissent beaucoup de place à l’improvisation. Chaque indication s’inscrit dans l’une des sept « dimensions » de la performance – comme « temps », « espace » ou encore « métaphore et sentiment ». Elles sont listées de haut en bas sur des feuilles de registre rigides intercalées entre les différentes partitions et les indications occupent la partie de la page correspondant à leur « dimension ». La moitié des pages sont uniformément accessibles en détachant les feuillets. On découvre alors sur certaines d’entre elles un essai relativement long ainsi que

Publisher Name	Type	Category	Address	Phone	Website	Founding year	Employees	Published books in 2020	Published books in total	Countries of distribution
----------------	------	----------	---------	-------	---------	---------------	-----------	-------------------------	--------------------------	---------------------------

ambitious concept takes it beyond the conventional book form, but the design elements such as the black and white and the uniform font size throughout remain remarkably understated.

bereits beim Lesen die Haptik der weichen und harten Blätter sowie das Geräusch der aufzureissenden Seiten ins Spiel kommen. Der sehr hohe konzeptionelle Anspruch zielt über die konventionelle Buchform hinaus, aber die gestalterischen Mittel wie das Schwarz-Weiss und die durchgängig einheitliche Schriftgrösse bleiben erstaunlich schlicht.

bidi e rigidi e dal fruscio delle pagine da strappare. La fortissima ambizione concettuale si proietta ben oltre la forma convenzionale del libro, benché soluzioni grafiche come il bianco e nero e la dimensione sempre uguale dei caratteri riescano a conservare una stupefacente semplicità.

des « graphic scores » disposées sur des doubles pages qui proposent des sortes de masques pour les performances. Le caractère performatif de l'ouvrage se fait sentir dès la lecture, à travers le toucher des feuilles parfois souples, parfois rigides ou le son produit par la séparation des pages. La très haute prétention conceptuelle va au-delà de la forme conventionnelle du livre, mais les moyens formels tels que l'usage systématique du noir et blanc ou du même corps de caractère restent étonnamment simples.



Publisher Name	Type	Category	Address	Phone	Website	Founding year	Employees	Published books in 2020	Published books in total	Countries of distribution
----------------	------	----------	---------	-------	---------	---------------	-----------	-------------------------	--------------------------	---------------------------



Kaleidoscope Independent publisher Art / Photography Via A. Maiocchi 7, 20129 Milano (IT) +393755182450 kaleidoscope.media	2009	2	1	16	Worldwide	k
--	------	---	---	----	-----------	---

Awarded book: GIGER SORAYAMA
Designers: Samuel Bänziger, Rosario Florio, Larissa Kasper, St.Gallen

A large-format exhibition catalogue in English and Japanese offers a surprising yet precise juxtaposition of two draughtsmen who, beginning in the 1970s, pursued similar obsessions on different continents: the Swiss HR Giger (1940–2014) and Hajime Sorayama (b. 1947) from Japan have become key figures of mass culture with their surreally pornographic depictions of mostly female robots and cyborgs. The two picture sections present the works in varying formats without any text, mostly one per page; double pages mostly feature two images by the artists with related motifs. The selection of these pairs is often startling, and attests to a profound knowledge of their works. In the middle of the volume is a text section containing essays, conversations and an index of the pictures. The design specifically places the works in their historical context by playing with aesthetic preferences of the 1980s: high-gloss pages, alternating black and white backgrounds to the pictures, an inserted poster and sticker, and a logo bearing both names. The historical accuracy is also evident from the detail that the Giger image chosen for the cover was originally used for an album cover, namely for *Brain Salad Surgery* (1973) by Emerson, Lake and Palmer.

Ein grossformatiger englisch-japanischer Ausstellungskatalog bietet eine überraschende, aber präzise Gegenüberstellung von zwei Zeichnern, die seit den 1970er-Jahren auf unterschiedlichen Kontinenten mit ähnlichen Obsessionen befasst waren: Der Schweizer HR Giger (1940–2014) und der Japaner Hajime Sorayama (*1947) erreichten mit ihren surrealistisch-pornographischen Darstellungen vornehmlich weiblicher Roboter und Cyborgs eine massenkulturelle Verbreitung. Die zwei Bildteile des Katalogs präsentieren ohne jeden Text meist eine Arbeit pro Seite in wechselnden Formaten, wobei auf der Doppelseite meist zwei motivisch verwandte Bilder der beiden Künstler nebeneinanderstehen. Die Auswahl dieser Bildpaare ist oftmals verblüffend und zeugt von vertiefter Kenntnis der Werke. Dazwischen liegt ein Textteil mit Essays, Gesprächen und einem Index der Bilder. Die Gestaltung rückt die Arbeiten gezielt in ihren historischen Kontext, indem sie mit ästhetische Präferenzen der 1980er-Jahre spielt: Hochglanzseiten, Wechsel von schwarzen und weissen Bildhintergründen, ein eingelegtes Poster und Sticker, ein Logo mit den beiden Namen. Die historische Akkuratess zeigt sich auch an dem Detail, dass das für den

Un ampio catalogo di una mostra, scritto in inglese e giapponese, che offre una sorprendente ma precisa contrapposizione tra due disegnatori che a partire dagli anni Settanta, in continenti diversi, esploravano ossessioni simili: lo svizzero HR Giger (1940–2014) e il giapponese Hajime Sorayama (*1947) hanno entrambi raggiunto una diffusione culturale di massa con le loro rappresentazioni surrealistico-pornografiche di robot e cyborg, quasi tutti femminili. Senza testo di nessun tipo, le due sezioni grafiche del catalogo presentano in genere un'opera per pagina in vari formati; solitamente, sulla doppia pagina vengono abbinate due immagini dei due artisti su un soggetto simile. La scelta delle coppie di opere non manca di sbalordire e testimonia una conoscenza approfondita del lavoro dei due artisti. Alle riproduzioni si inframezza una parte testuale con saggi, conversazioni e un indice delle immagini. Il layout inserisce puntualmente le opere nel loro contesto storico, giocando con il gusto estetico degli anni Ottanta: pagine lucide, alternanza di sfondo nero e bianco, un inserto con poster e adesivi, un logo con i due nomi. L'accuratezza storica trapela anche in un altro dettaglio: in copertina viene messa un'immagine di Giger che aveva

Ce catalogue d'exposition anglo-japonais de grand format propose une mise en regard surprenante mais très juste de deux dessinateurs qui, œuvrant sur deux continents différents, étaient travaillés depuis les années 1970 par les mêmes obsessions : le Suisse HR Giger (1940–2014) et le Japonais Hajime Sorayama (*1947). Leurs représentations pornographico-surréalistes mettant en scène principalement des robots féminins et des cyborgs ont connu une diffusion massive et sont entrés dans la culture populaire. Les deux parties iconographiques du catalogue présentent la plupart du temps une image de format variable par page, sans aucune légende. Les doubles pages mettent majoritairement en regard deux images aux motifs analogues réalisées par l'un et l'autre artiste. Ces combinaisons sont souvent stupéfiantes et témoignent d'une connaissance intime des deux œuvres. Une partie textuelle occupe le centre du volume et réunit des essais, des entretiens et un index des illustrations. Le design replace habilement les œuvres dans leur contexte historique en jouant avec les goûts esthétiques des années 1980 : papier glacé, alternance de fonds noirs et fonds blancs, poster et stickers en encart, un logo qui incorpore les noms des deux

Publisher Name	Type	Category	Address	Phone	Website	Founding year	Employees	Published books in 2020	Published books in total	Countries of distribution
----------------	------	----------	---------	-------	---------	---------------	-----------	-------------------------	--------------------------	---------------------------

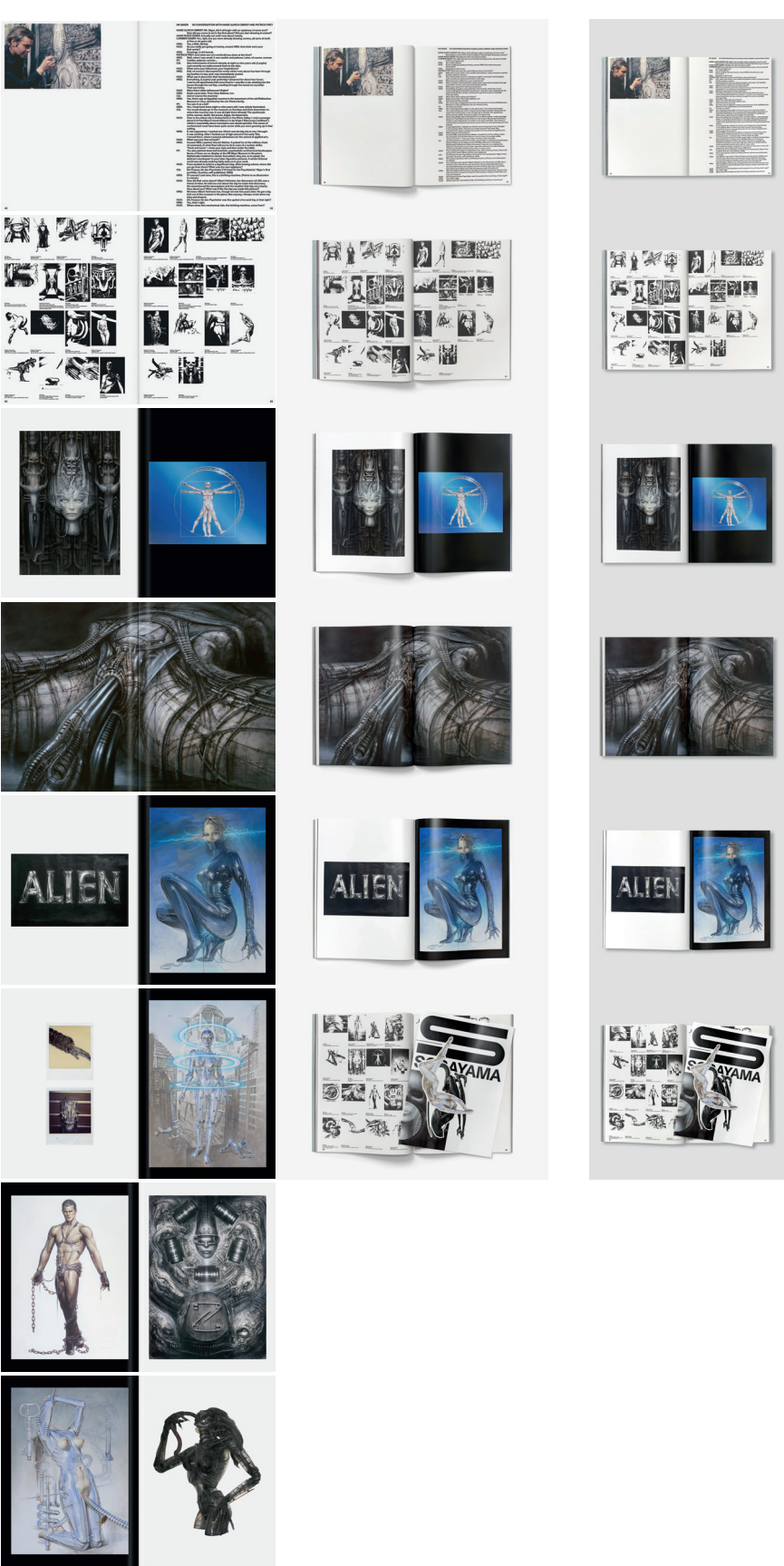
Umschlag ausgewählten Giger-Bild bereits ursprünglich als Coverbild diente, nämlich für das Musikalbum *Brain Salad Surgery* (1973) von Emerson, Lake and Palmer.

già svolto la stessa funzione in passato, per l'album musicale *Brain Salad Surgery* (1973) di Emerson, Lake and Palmer.

artistes. La justesse historique se révèle également dans un petit détail : l'image de Giger retenue pour la couverture ornait à l'origine la pochette du disque *Brain Salad Surgery* (1973) du groupe Emerson, Lake and Palmer.



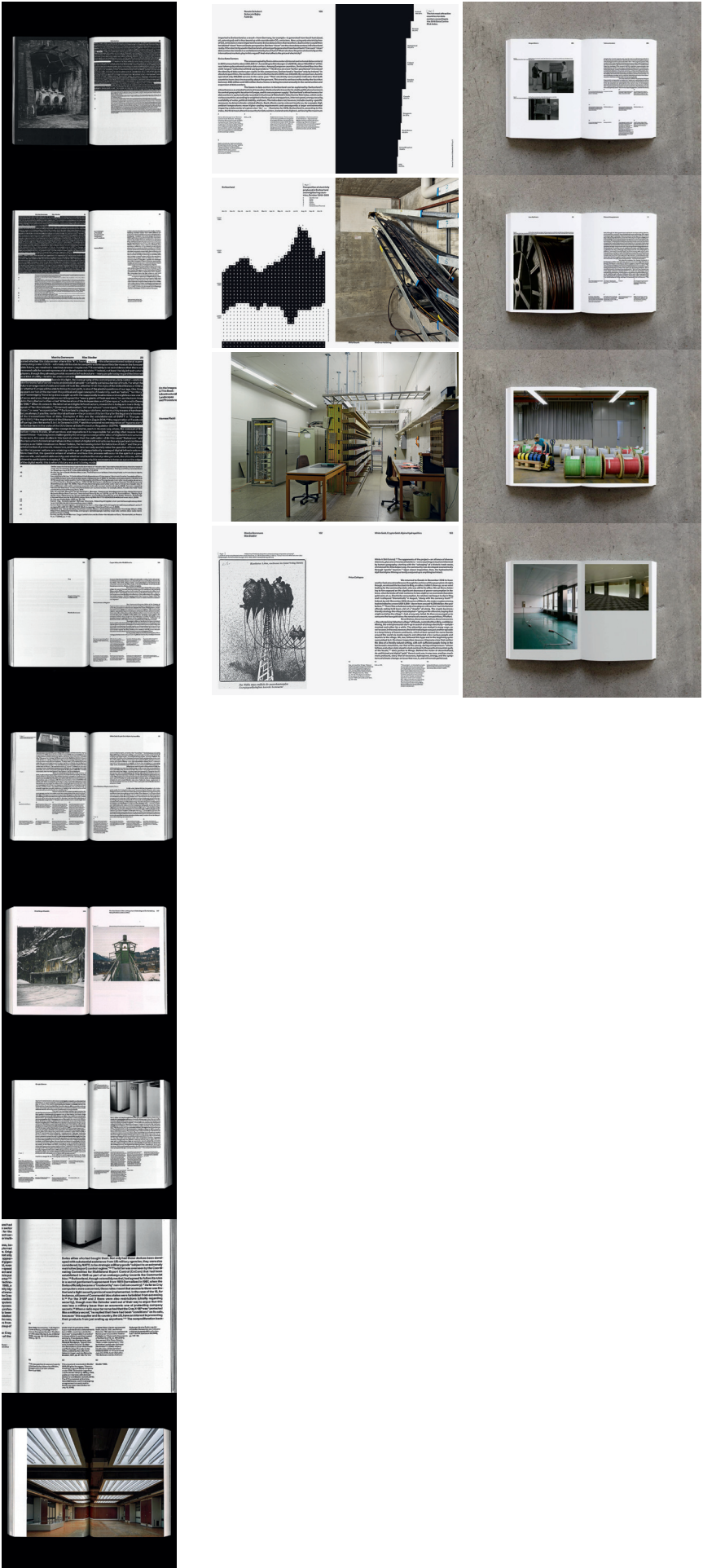
Publisher Name	Type	Category	Address	Phone	Website	Founding year	Employees	Published books in 2020	Published books in total	Countries of distribution
----------------	------	----------	---------	-------	---------	---------------	-----------	-------------------------	--------------------------	---------------------------



Kodoji Press
Independent publisher
Architecture / Art / Design / Photography
Bruggerstrasse 37D, 5400 Baden
+41562216161
kodoji.com

2007 1 3 >85 Worldwide

Publisher Name	Type	Category	Address	Phone	Website	Founding year	Employees	Published books in 2020	Published books in total	Countries of distribution
----------------	------	----------	---------	-------	---------	---------------	-----------	-------------------------	--------------------------	---------------------------



Publisher Name	Type	Category	Address	Phone	Website	Founding year	Employees	Published books in 2020	Published books in total	Countries of distribution
----------------	------	----------	---------	-------	---------	---------------	-----------	-------------------------	--------------------------	---------------------------



Le Cadratin						lecadratin.ch				
Limmat Verlag						1975	6	21	~ 800	Austria, Germany, Liechtenstein, Switzerland
Independent publisher										
General interest / Textbooks / Thematic books / Other										
Postfach, 8031 Zürich										
+41444458080										
limmatverlag.ch										
luffa kunst&kultur						2020		1	1	Switzerland
Self-publisher										
Art / Children's books / General interest / Textbooks / Thematic books / Other										
Schützenweg 29, 4123 Allschwil										
+41613025825										
luffa-space.ch										

Publisher Name	Type	Category	Address	Phone	Website	Founding year	Employees	Published books in 2020	Published books in total	Countries of distribution
MACACO Press Independent publisher Art 10 rue des Vieux-Grenadiers, Bâtiment G / 1er étage, 1205 Genève +41774018396 macacopress.ch						2015	2	4	26	Europe, South America
Manoir de la Ville de Martigny Self-publisher Art Rue du Manoir 3, 1920 Martigny +41277222230 manoir-martigny.ch						1971	5	3	>80	Worldwide
Marche Mondiale des Femmes / Suisse marchemondiale.ch										
Maria Tackmann Self-publisher Art +41774733619						2015	1	1	3	Germany, Switzerland
Migros Museum für Gegenwartskunst Institutional publisher Art / Thematic books Limmatstrasse 270, 8005 Zürich +41442772050 migrosmuseum.ch						1996	22	1	94	Worldwide
Modern Art, London Self-publisher Art 7 Bury Street, London SW1Y 6AL (UK) +442072997950 modernart.net						1998	11	3	15	UK

Awarded book: Richard Tuttle TheStars
Designers: Studio Mathias Clottu – Mathias Clottu, Lausanne / London (UK); Arianna Tilche, London (UK)

A small-format artist’s book with a softcover and red dust jacket produced to accompany an exhibition by Richard Tuttle at the London gallery Modern Art engages with the works in a highly empathetic manner by means of minimalist design decisions. The artist presented nearly 100 small sculptures made from everyday materials and refuse such as wire, paper and pieces of wood, each displayed individually on small wall-mounted shelves made of white-painted wood. All the sculptures were photographed front-on in identical fashion, and in the book the full-bleed photos are always placed on a right-hand page. The accompanying left-hand pages feature captions of the works at top left in a relatively large, unusual silver grotesque typeface. Four-page sections of a thinner, grey, semi-transparent paper are bound in at regular intervals, containing poems by the artist in a two-column layout in the same typeface and size, but this time in red. The white spine, which is concealed beneath the folded dust jacket, bears the book’s title handwritten by the artist. This gesture is a nod to the manuscript work titles that Tuttle applied to the front of the white

Ein kleinformatiges Künstlerbuch mit Softcover und rotem Schutzumschlag, das anlässlich einer Ausstellung Richard Tuttle’s in der Londoner Galerie Modern Art entstand, geht mit minimalistischen gestalterischen Entscheidungen geradezu mitfühlend auf das Werk ein. Der Künstler präsentierte gegen 100 kleine Skulpturen aus alltäglichen Materialien und Abfällen wie Draht, Papier, Holzstücken, etc., die er einzeln auf kleinen Wandregalen aus weiss bemaltem Holz ausstellte. Alle Skulpturen wurden in identischer Weise frontal fotografiert, und im Buch sind die Fotos immer randabfallend auf einer rechten Seite platziert. Auf den linken Seiten stehen oben links die Angaben zu den Werken in einer relativ grossen, silbernen Groteskschrift. In regelmässigen Abständen sind jeweils zwei Blätter eines dünneren, grauen und halbtransparenten Papiers eingebunden, auf denen in derselben Schrift und Grösse, aber in Rot, Gedichte des Künstlers in zweispaltigem Layout erscheinen. Auf dem weissen Buchrücken, der unter dem gefalteten Schutzumschlag verborgen ist, schrieb der Künstler den Buchtitel von Hand hin. Die Geste zitiert die handschriftlichen Werk-

Un libro d’artista di piccolo formato con copertina flessibile e sovraccoperta rossa, preparato in occasione di una mostra di Richard Tuttle presso la galleria londinese Modern Art, che si immerge quasi immediatamente nelle opere per mezzo di scelte grafiche minimaliste. L’artista ha presentato un centinaio di piccole sculture realizzate con materiali di uso quotidiano e scarti come filo metallico, carta, pezzi di legno ecc., esposte individualmente su mensoline in legno dipinto di bianco. Tutte le sculture sono state fotografate frontalmente nello stesso identico modo, e nel libro le immagini sono sempre collocate al vivo sulla pagina di destra. Nelle corrispondenti pagine di sinistra, in alto a sinistra si trovano le informazioni sulle opere, in un font Grotesque argenteo relativamente grande. A intervalli regolari sono stati rilegati due fogli di carta più sottile, grigia e semitrasparente, su cui appaiono, in un layout a due colonne, poesie dell’artista impaginate nello stesso carattere e dimensione, ma in rosso. Sul dorso bianco del libro, nascosto sotto la sovraccoperta ripiegata, l’artista ha scritto a mano il titolo del libro: un gesto che richiama i titoli delle varie opere

C’est un livre d’artiste de petit format pourvu d’une couverture souple à jaquette rouge, qui, par ses partis pris graphiques minimalistes, reflète une sensibilité aigüe à l’œuvre. Il a été réalisé à l’occasion d’une exposition de Richard Tuttle à la galerie londonienne Modern Art. L’artiste présentait une centaine de petites sculptures réalisées à partir de matériaux du quotidien et de rebuts tels que du fil de fer, du papier, des bouts de bois, etc. Chaque sculpture était exposée seule sur une petite tablette en bois fixée au mur et peinte en blanc. Toutes ont été photographiées sous le même angle frontal et figurent à fond perdu sur les pages de droite. Les coins supérieurs gauches des pages de gauche portent les légendes correspondantes, imprimées en caractères grotesques argentés et relativement grands. A intervalles réguliers, deux feuillets d’un papier plus fin, gris et semi-transparent, viennent s’intercaler entre les pages. Ils présentent des poèmes de l’artiste, composés dans la même police et la même taille de caractères, mais en rouge. Sur le dos blanc du livre dissimulé sous la jaquette, l’artiste a écrit le titre à la main. Le geste est une référence à l’exposition, où

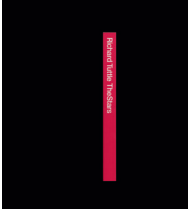
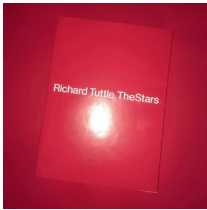
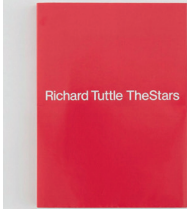
Publisher Name	Type	Category	Address	Phone	Website	Founding year	Employees	Published books in 2020	Published books in total	Countries of distribution

wooden shelves during the exhibition, and it underscores the close collaboration with the designer. The overall effect is subtle and refined.

titel, welche in der Ausstellung auf der Frontalseite der weissen Holzregale angebracht waren, und sie unterstreicht die enge Zusammenarbeit mit dem Gestalter. Alles wirkt subtil und wertvoll.

esposte, scritti a mano sul lato frontale delle mensole in legno bianco, e che sottolinea la stretta collaborazione con il designer del volume. Il tutto crea un effetto raffinato e di pregio.

les titres des œuvres étaient inscrits à la main sur les tranches des tablettes en bois blanches, et souligne la collaboration étroite avec le designer. Tout, ici, apparaît subtil et précieux.



Publisher Name	Type	Category	Address	Phone	Website	Founding year	Employees	Published books in 2020	Published books in total	Countries of distribution
Charlotte McInnes, Associate Director, in Conversation with Nicole Udry and Tan Wälchli Charlotte McInnes, stellvertretende Direktorin, im Gespräch mit Nicole Udry und Tan Wälchli Conversazione di Charlotte McInnes, Direttrice associata, con Nicole Udry e Tan Wälchli Charlotte McInnes, directrice associée, dialogue avec Nicole Udry et Tan Wälchli Online, 6.4.2021										

Modern Art is a commercial art gallery started in 1998 with a focus on representing British and international artists. Some of them are at an early stage in their career, others have had decades of experience in exhibitions, like Richard Tuttle. With two spaces in London, we currently represent about 35 artists. We are a staff of twelve, and among them are five artists’ liaisons, who have the primary relationship with the artists. They are also responsible for our in-house publications, for which they often work with the archivist in our team. We self-publish two to three books a year, which is perhaps more than most galleries of our size do, and I think many of them collaborate more with external publishers. At the other end of the scale you have the large galleries with multi-city ventures who probably have specialised employees just for printed publications.

We distinguish between two kinds of in-house publications. One is quite small and modest and is conceived as a kind of serial publication which started in 2016. The books always have the same format and a rather standardised design, for which we work with a local studio on a regular basis, and we also print in London. We like that in this way we build a collection of books that look similar. These books are always specific for one body of work or one exhibition, and we usually commission an essay for them. They don’t feature any installation shots, as we want them to be ready when the exhibition opens.

A second type of in-house publication is less standardised, as in the case of the Richard Tuttle book. These books contain larger bodies of work, and they can include a variety of additional material and contexts. They function as extensions to the exhibition and will have a life beyond it. In the case of Richard Tuttle, we included the entire *TheStars* series of almost 100 sculptures in the book, while only 28 were in our exhibition. Plus, the book contains a selection of poems by Tuttle, which were previously unpublished, and which his strong fan base is excited to have accessible. For these less standardised books we specifically commission

Modern Art ist eine kommerzielle Kunstgalerie, die 1998 gegründet wurde und britische und internationale Kunstschaffende vertritt. Einige von ihnen befinden sich in einer Frühphase ihrer Karriere, andere haben bereits jahrzehntelange Ausstellungserfahrung, wie Richard Tuttle. Zurzeit repräsentieren wir rund 35 Künstlerinnen und Künstler und verfügen über zwei Räume in London. Wir sind ein Team von zwölf Leuten. Darunter sind fünf Artist Liaisons, die den Hauptkontakt zu den Kunstschaffenden pflegen. Sie sind auch für unsere hauseigenen Publikationen verantwortlich, wofür sie oft mit unserem Archivar zusammenarbeiten. Wir veröffentlichen zwei bis drei Bücher pro Jahr im Eigenverlag, was wohl mehr ist als die meisten Galerien unserer Grösse. Die meisten arbeiten wohl eher mit externen Verlagen zusammen. Am anderen Ende der Skala stehen die globalen Grossgalerien, die in mehreren Städten präsent sind und wahrscheinlich spezialisierte Mitarbeitende haben, die sich ausschliesslich um gedruckte Publikationen kümmern.

Wir unterscheiden zwischen zwei Arten von Eigenpublikationen. Die eine ist recht klein und bescheiden und ist als Serienpublikation konzipiert, die 2016 begann. Die Bücher haben immer das gleiche Format und eine weitgehend standardisierte Gestaltung, für die wir mit einem lokalen Studio zusammenarbeiten. Sie werden auch in London gedruckt. Uns gefällt, dass wir auf diese Weise eine Sammlung von Büchern aufbauen, die ähnlich aussehen. Sie behandeln jeweils spezifisch ein Werk oder eine Ausstellung und wir geben in der Regel einen Essay dafür in Auftrag. Sie enthalten keine Ansichten der Ausstellung, da wir wollen, dass sie bei der Eröffnung schon fertiggestellt sind.

Die andere Art von Eigenpublikation ist weniger standardisiert. Dazu gehört das Buch über Richard Tuttle. Diese Bücher stellen grössere Werkgruppen vor und können eine Vielfalt an Zusatzmaterial und Kontexten beinhalten. Sie fungieren als Erweiterung der Ausstellung und werden diese überdauern. Im Fall von Richard Tuttle haben wir die gesamte *TheStars*-Serie mit fast 100 Skulpturen ins Buch aufgenommen,

Modern Art è una galleria d’arte commerciale nata nel 1998 con l’obiettivo di rappresentare artiste e artisti del Regno Unito e non solo. Alcuni di loro stanno ancora muovendo i primi passi nel settore, altri vantano una carriera espositiva di vari decenni, come Richard Tuttle. Disponiamo di due spazi a Londra, nei quali rappresentiamo attualmente all’incirca 35 artiste e artisti. Lo staff conta dodici persone, di cui cinque *artist liaison*, responsabili della gestione dei contatti con gli artisti nonché delle pubblicazioni interne, per le quali collaborano spesso con l’archivista della nostra squadra. Ogni anno produciamo da due a tre auto-pubblicazioni, forse più di quanto facciano la maggior parte delle gallerie delle nostre dimensioni, e credo che molte di loro collaborino maggiormente con editori esterni. All’altro capo della scala ci sono le grandi gallerie, con sedi in diverse città, che probabilmente dispongono di personale specializzato nell’editoria stampata.

Noi facciamo una distinzione tra due tipi di pubblicazioni interne. La prima è una sorta di pubblicazione in serie, piccola e modesta, nata nel 2016: i libri hanno sempre lo stesso formato e un design abbastanza standardizzato, li realizziamo insieme a uno studio locale con cui collaboriamo regolarmente, e anche la tipografia è a Londra. È uno schema di lavoro che ci piace, perché ne deriva una collezione di libri dall’aspetto omogeneo, sempre incentrati su un corpus di opere o una mostra, di solito con un saggio che commissioniamo appositamente. Non ci sono fotografie dell’installazione, perché vogliamo che all’apertura della mostra i libri siano già pronti.

C’è poi un secondo tipo di pubblicazione interna, meno standardizzata, come il libro su Richard Tuttle. Sono volumi che riguardano corpus più ampi e possono contenere una grande varietà di materiale e contesti aggiuntivi. Si pongono come estensioni dell’esposizione, capaci di andare anche oltre la mostra stessa. Nel caso di Richard Tuttle, il libro mostra l’intera collezione *TheStars*, quasi 100 sculture, anche se ne avevamo esposte solo 28. Abbiamo inserito anche una selezione di poesie

Modern Art est une galerie d’art privée qui s’est ouverte en 1998, et s’est principalement attachée à présenter des artistes britanniques et internationaux. Certains d’entre eux ne sont qu’au début de leur carrière ; d’autres, comme Richard Tuttle, ont des décennies d’expérience dans des expositions. Avec deux espaces à Londres, nous représentons actuellement 35 artistes environ. Nous sommes une équipe de douze personnes. Cinq d’entre elles sont liées aux artistes, dont elles sont les interlocutrices principales. Elles sont également responsables de nos publications maison, pour lesquelles, souvent, elles travaillent avec l’archiviste de notre équipe. Nous publions en auto-édition deux ou trois livres par an ; c’est peut-être plus que ne le font la plupart des galeries de taille comparable à la nôtre, et je pense que beaucoup d’entre elles collaborent davantage avec des maisons d’édition externes. À l’autre bout de l’échelle on trouve les grandes galeries, implantées dans de nombreuses villes, et qui ont probablement des spécialistes de publications imprimées.

Nous distinguons deux genres de publications maison. Le premier, très modeste, est conçu sous forme d’une série commencée en 2016. Les livres ont toujours le même format et un design plutôt standard, sur lequel nous travaillons régulièrement avec un studio local, et nous imprimons également à Londres. Nous aimons l’idée de créer de cette manière une collection de livres qui ont un air de famille. Ces livres traitent toujours spécifiquement d’un ensemble d’œuvres ou d’une exposition, et généralement nous sollicitons un essai pour les accompagner. Ils ne présentent aucune photo de l’installation, et nous voulons qu’ils soient prêts pour l’ouverture de l’exposition.

Un second genre de publication maison est moins standardisé ; c’est le cas du livre sur Richard Tuttle. Ces ouvrages présentent une part plus importante de l’œuvre, et peuvent inclure toute une variété de matériaux et de contextes additionnels. Ils fonctionnent comme des extensions de l’exposition et poursuivront leur vie au-delà d’elle. S’agissant de Richard Tuttle, nous incluons

Publisher Name	Type	Category	Address	Phone	Website	Founding year	Employees	Published books in 2020	Published books in total	Countries of distribution
----------------	------	----------	---------	-------	---------	---------------	-----------	-------------------------	--------------------------	---------------------------

designers whose sensibility we think would match the work. We will often take the designer’s lead in decisions such as where to print, based on their own experiences and connections.

As a third kind of publication, we occasionally collaborate with external publishers, such as Walther König, or Ridinghouse. These are often also collaborations with other galleries in Europe or the United States which represent the same artist. The books are usually not specific to one exhibition, but go more in the direction of monographs that give an overview of an artist’s work. If we feel there is a gap in the artist’s bibliography, and it would be good to have a new monograph, then we try to fund that with the other galleries and the publisher.

We print between 500 and 800 of our in-house publications, and we distribute them through two specialised websites, Cornerhouse Publications in Manchester and GalleriesNow. But we usually sell more books in person at our gallery spaces. Many people enjoy having a physical reminder to take home, and we try to keep prices accessible. The standardised series of books cost around £15. We also give between 100 and 200 books complimentary to our clients and to curators and institutions, which we think might be interested in that specific artist and work.

We do not publish books to make money. For us books are primarily a means of communicating the artist’s work, a type of marketing if you will. It’s difficult to measure, but we are confident this is effective. Collectors and curators are nowadays bombarded with images they receive in their emails, so there is a power in having a physical reminder to which you can return. And a book also shows an investment from the gallery in the artist.

We try to link our various formats of communication, analogue and digital. When we make a publication, we absolutely want to share it on social media and on our website. As a visual platform, Instagram is also important in the art world, and it has the option to tell mini-stories with the Reels function. Last year, of course, art galleries had to pivot and adapt really quickly to the conditions of the pandemic. We participated in the online viewing rooms of Art Basel, Art Basel Miami, and

während in der Ausstellung nur 28 zu sehen waren. Zudem enthält das Buch eine Auswahl an bisher unveröffentlichten Gedichten von Tuttle, was seine grosse Fange-meinde sehr erfreute. Für diese weniger standardisierten Bücher beauftragen wir ausgewählte Gestalterinnen und Gestalter, deren Gespür unserer Meinung nach zum jeweiligen Werk passt. Bei Entscheidungen, zum Beispiel wo gedruckt werden soll, lassen wir uns oft von ihren Erfahrungen und Beziehungen leiten.

Für eine dritte Publikationsart arbeiten wir gelegentlich mit externen Verlagen zusammen, wie etwa Walther König oder Ridinghouse. Oft sind dies zugleich Kollaborationen mit anderen Galerien in Europa oder den USA, die dieselben Kunstschaffenden vertreten. Die Bücher sind in der Regel nicht spezifisch auf eine Ausstellung zugeschnitten. Es sind eher Monografien, die einen Überblick über ein Werk geben. Wenn wir das Gefühl haben, dass die Bibliografie zu bestimmten Künstlerinnen und Künstlern lückenhaft ist und eine neue Monografie wünschenswert wäre, dann versuchen wir, diese mit den anderen Galerien und dem Verlag zu finanzieren.

Wir drucken zwischen 500 und 800 unserer hauseigenen Publikationen und vertreiben sie über zwei spezialisierte Websites, Cornerhouse Publications in Manchester und GalleriesNow. Normalerweise verkaufen wir aber mehr Bücher persönlich in unseren Ausstellungsräumen. Viele Leute freuen sich, wenn sie ein Objekt als Erinnerung mit nach Hause nehmen können, und wir versuchen, die Preise erschwinglich zu halten. Die Bücher aus der standardisierten Reihe kosten um die 15 £. Auch geben wir jeweils zwischen 100 und 200 Bücher gratis an unsere Stammkundschaft, an Kuratorinnen und Kuratoren sowie an Institutionen ab, von denen wir denken, dass sie sich für das betreffende Werk interessieren könnten.

Wir veröffentlichen die Bücher nicht, um Geld zu verdienen. Für uns sind sie vor allem ein Mittel, um die Werke unserer Künstlerinnen und Künstler bekannt zu machen, eine Art von Marketing, wenn man so will. Das lässt sich schwer messen, aber wir sind überzeugt, dass es funktioniert. Wer Kunst sammelt oder im kuratorischen Bereich arbeitet, wird heutzutage mit E-Mails voller

dell’artista, prima inedite, che la sua considerevole cerchia di ammiratori è entusiasta di poter leggere. Per questi libri meno standardizzati ingaggiamo volta per volta designer che mostrano una sensibilità a nostro vedere in sintonia con le opere. Spesso seguiamo i loro suggerimenti per decidere a chi affidare la stampa, in base alle loro esperienze e conoscenze.

Abbiamo poi un ulteriore tipo di pubblicazioni, per le quali di tanto in tanto collaboriamo con editori esterni come Walther König o Ridinghouse. Spesso si tratta anche di collaborazioni con altre gallerie europee o statunitensi che presentano la stessa o lo stesso artista. In genere i libri non riguardano una specifica mostra, si inquadrano più come monografie che offrono uno spaccato delle opere. Se avvertiamo una lacuna nella bibliografia dell’artista e riteniamo opportuno creare una nuova monografia, cerchiamo di finanziarla insieme alle altre gallerie e all’editore.

Per le nostre pubblicazioni interne abbiamo tirature di 500–800 copie, che distribuiamo online attraverso due compagnie specializzate, Cornerhouse Publications di Manchester e la londinese GalleriesNow, anche se di solito vendiamo di più di persona, nei nostri punti vendita in galleria. Molte persone amano avere qualcosa di concreto da portare a casa come ricordo, e cerchiamo di mantenere i prezzi accessibili – i libri in serie standardizzati, per esempio, costano intorno alle 15 sterline. Facciamo anche omaggio di 100–200 copie alla nostra clientela, a curatrici e curatori e istituzioni che secondo noi potrebbero essere interessati a un artista in particolare e alle sue opere.

I libri non li pubblichiamo per fare soldi. Per noi sono principalmente uno strumento per mediare le opere dell’artista – una forma di marketing, per così dire. Il sistema sfugge a qualsiasi misurazione, ma siamo sicuri che sia efficace. Collezionisti e curatori oggi giorno sono bombardati da immagini che ricevono via e-mail, e ciò fa acquisire una forza particolare al ricordo tangibile che si può consultare in qualsiasi momento. Senza dimenticare che un libro è la prova che la galleria ha voluto investire nell’artista.

Cerchiamo di collegare fra loro i nostri vari formati di comunicazione, sia analogica che digitale. Quando realizziamo una pubblica-

dans le livre la totalité des séries *TheStars*, presque 100 sculptures, alors que l’exposition n’en montre que 28. En outre, l’ouvrage contient une sélection de poèmes de Tuttle, encore inédits, à laquelle l’importante cohorte de ses fans se réjouit d’avoir accès. Pour ces livres moins standardisés, nous engageons spécialement des designers dont nous pensons que la sensibilité va s’accorder à l’œuvre. Nous suivons souvent leurs recommandations pour des décisions comme le lieu d’impression, en fonction de leurs expériences et de leurs relations.

Pour un troisième genre de publications, nous collaborons occasionnellement avec des éditeurs externes, comme Walther König ou Ridinghouse. En outre, nous pratiquons souvent des collaborations avec d’autres galeries en Europe ou aux États-Unis, qui représentent les mêmes artistes. En général, ces ouvrages ne sont pas liés à une exposition unique, ils tendent plutôt à être des monographies qui donnent une vue d’ensemble de l’œuvre d’un artiste. Si nous constatons une faille dans leur bibliographie, et pensons qu’une nouvelle monographie serait une bonne chose, nous tentons de la financer avec les autres galeries et la maison d’édition.

Nous imprimons entre 500 et 800 exemplaires de nos publications maison, et nous les distribuons par le canal de deux sites web spécialisés, Cornerhouse Publications à Manchester et GalleriesNow. Mais en général nous vendons plus d’ouvrages nous-mêmes, dans nos espaces de galerie. Beaucoup de gens sont heureux d’avoir un souvenir matériel à rapporter à la maison, et nous essayons de maintenir des prix modérés. Les livres de la série standard coûtent environ 15 livres. Nous donnons aussi entre 100 et 200 exemplaires complémentaires à notre clientèle, aux commissaires d’exposition et aux institutions dont nous pensons qu’elles peuvent être intéressées par ces artistes et ces œuvres spécifiques.

Nous ne publions pas de livres pour faire de l’argent. Pour nous, les livres sont d’abord un moyen de communiquer l’œuvre des artistes, une sorte de marketing, si vous voulez. C’est difficile à mesurer, mais nous sommes convaincus que c’est efficace. Les collectionneurs et les commissaires d’exposition sont aujourd’hui bombardés d’images qu’ils reçoivent dans leurs courriels, c’est donc une force

190	Publisher Name	Type	Category	Address	Phone	Website	Founding year	Employees	Published books in 2020	Published books in total	Countries of distribution
	Frieze	but we also developed our own online viewing room platform on our website to communicate exhibitions. This led us to produce content in a new way, as it allowed to combine images with a longer text, for example, or a video, or with archival information.									
	Towards the end of 2020, however, we felt there was kind of fatigue with these new digital formats. It’s only so inspiring to see artworks as JPEGs or online. So while I think the new formats will continue, the main focus will definitely shift back to in-person exhibitions. What we and the artists love to do are physical exhibitions. And we also love physical books. I think that such want for physical experiences has even been strengthened in the last year. It is interesting that the major auction houses have recently announced that they will stop printing their comprehensive, mass-produced catalogues and fully switch to digital. This is of course a response to the environmental impact, and the quick obsolescence. For us, publications are as important as ever, and have a certain longevity which is special. In fact, our next Modern Art books are already in the making.										
	Bilder geradezu bombardiert. Ein physisches Erinnerungsobjekt, das man immer wieder hervorholen kann, hat im Vergleich dazu eine ganz andere Kraft. Und ein Buch unterstreicht natürlich auch, dass die Galerie bereit ist, in ein Werk zu investieren.										
	Wir versuchen, unsere verschiedenen analogen und digitalen Kommunikationsformate zu verknüpfen. Wenn wir etwas publizieren, wollen wir es unbedingt auch in den sozialen Medien und auf unserer Website zeigen. Auch Instagram ist als visuelle Plattform in der Kunstwelt bedeutsam geworden, vor allem weil die Reels-Funktion die Möglichkeit bietet, kurze Geschichten zu erzählen. Letztes Jahr mussten die Kunstgalerien natürlich aufgrund der Pandemie sehr schnell umdisponieren und sich an die neuen Bedingungen anpassen. Wir beteiligten uns an den Online-Viewing-Rooms der Art Basel, der Art Basel Miami und der Frieze, und wir entwickelten auch einen eigenen Online-Viewing-Room, um Ausstellungen auf unserer Website zugänglich zu machen. So kamen wir dazu, in neuer Weise Inhalte zu generieren, da es nun möglich war, Bilder beispielsweise mit einem längeren Text zu kombinieren, oder mit einem Video oder Archivinformationen.										
	Gegen Ende 2020 war jedoch eine erste Ermüdung angesichts der neuen digitalen Formate zu bemerken. Es ist nur bedingt inspirierend, Kunstwerke als JPEG oder online zu sehen. Deshalb denke ich, dass die neuen Formate zwar weiter bestehen werden, der Hauptfokus sich aber definitiv auf persönliche Ausstellungen zurückverlagern wird. Wir als Galerie ebenso wie die Kunstschaffenden machen in erster Linie gerne physische Ausstellungen. Und wir lieben physische Bücher. Ich denke, dass dieses Verlangen nach physischen Erfahrungen im letzten Jahr sogar noch stärker wurde. Interessanterweise kündigten zwar die grossen Auktionshäuser vor Kurzem an, ihre umfangreichen, in Grossauflage produzierten Kataloge nicht mehr zu drucken, sondern vollständig auf digital umzustellen. Aber dies ist in erster Linie durch die kurze Lebenszeit dieser Publikationen und den beträchtlichen Verschleiss von Ressourcen bedingt. Für uns als Galerie sind Publikationen so wichtig wie eh und je und durch ihre Langlebigkeit ausgezeichnet. Unsere nächsten Modern-Art-Bücher sind jedenfalls bereits in Produktion.										
	zione, vogliamo assolutamente condividerla sui social media e sul nostro sito. Anche Instagram è una piattaforma visiva importante nel mondo dell’arte, e con la funzione Reels offre la possibilità di raccontare delle mini-storie. L’anno scorso, ovviamente, le gallerie hanno dovuto adattarsi su due piedi alle condizioni imposte dalla pandemia. Abbiamo partecipato alle sale di visualizzazione online di Art Basel, Art Basel Miami e Frieze, ma abbiamo anche sviluppato una piattaforma sul nostro sito per visualizzare le nostre mostre. Ciò ci ha spinti a produrre contenuti in modo nuovo, perché avevamo la possibilità di combinare immagini e testi più lunghi, ad esempio, video o anche informazioni d’archivio.										
	Verso la fine del 2020, tuttavia, abbiamo avvertito una certa stanchezza nei confronti di questi nuovi formati digitali – vedere un’opera d’arte in jpeg o in Internet è stimolante, sì, ma solo fino a un certo punto. Quindi penso che questi nuovi canali continueranno a esistere, ma si tornerà indubbiamente a concentrarsi sulle mostre dal vivo. A noi, alle artiste e agli artisti piacciono le mostre tangibili. E i libri tangibili. Secondo me questo desiderio di vivere esperienze concrete si è persino acuito l’anno scorso. Trovo interessante l’annuncio fatto dalle principali case d’aste, che non stamperanno più i cataloghi, completi e prodotti in serie, per passare del tutto al digitale. Si tratta ovviamente di una reazione all’impatto sull’ambiente e alla rapida obsolescenza del loro materiale. Per noi, le pubblicazioni sono importanti come non mai, e possiedono una certa longevità che le caratterizza. Anzi: stiamo già lavorando ai prossimi libri di Modern Art.										
	d’avoir un rappel physique, qui reste à portée de main. Et publier un livre, c’est aussi montrer que la galerie investit dans l’artiste.										
	Nous essayons de relier nos différents formats de communication, analogique et numérique. Lorsque nous faisons une publication, nous voulons absolument la partager sur les réseaux sociaux et sur notre site web. En tant que plateforme visuelle, Instagram est également important dans le monde de l’art. Il donne la possibilité de raconter des mini-histoires à l’aide de la fonction Reels. L’année dernière, les galeries d’art ont dû bien sûr se réorienter et s’adapter vraiment très vite aux conditions de la pandémie. Nous avons participé aux espaces de visionnage en ligne d’Art Basel, Art Basel Miami et Frieze, mais nous avons aussi développé notre propre plateforme de visionnage en ligne, sur notre site web, pour faire connaître nos expositions. Cela nous a conduits à produire du contenu d’une manière nouvelle, car nous pouvions combiner des images avec un texte d’une certaine longueur, par exemple, ou bien avec une vidéo, ou encore avec des informations d’archives.										
	Vers la fin de 2020, cependant, nous avons ressenti une certaine lassitude envers ces nouveaux formats numériques. Ce n’est pas trop inspirant de regarder des œuvres d’art en jpegs ou en ligne. C’est pourquoi, si je pense que les nouveaux formats vont continuer d’exister, nous remettrons décidément l’accent sur les œuvres réelles. Ce que nous aimons, les artistes et nous-mêmes, ce sont les expositions physiques. Et nous aimons aussi les livres physiques. Je crois que le besoin d’expériences de cet ordre s’est même renforcé depuis l’année dernière. Les principales institutions de vente aux enchères ont fait une annonce intéressante : elles cesseront d’imprimer leurs catalogues complets et à fort tirage pour basculer entièrement dans le numérique. C’est bien sûr une réponse à l’impact environnemental de ces imprimés et à leur obsolescence rapide. Mais pour nous, les publications physiques restent aussi importantes qu’elles l’ont toujours été, et leur longévité est quelque chose de spécial. D’ailleurs nos prochains livres Modern Art sont d’ores et déjà en préparation.										

Publisher Name	Type	Category	Address	Phone	Website	Founding year	Employees	Published books in 2020	Published books in total	Countries of distribution
Mousse Publishing	Commercial publisher	Architecture / Art / Photography / Textbooks / Thematic books	Corso di Porta Romana 63, 20122 Milano (IT)	+39294382218	moussepublishing.com	2006	8	36	526	Worldwide
Musée cantonal des Beaux-Arts de Lausanne	Institutional publisher	Art	Place de la Gare 16, 1003 Lausanne	+41213163445	mcba.ch	1818	10			Worldwide
Musée de Bagnes	Institutional publisher	Art / Thematic books / Other	Rue de Clouchèvre 44, 1934 Le Châble	+412077761525	museedebagnes.ch	1979	4	3	25	Switzerland
Museum Langmatt					langmatt.ch					
Müsigricht Verlag	Commercial publisher	Art / Photography / Textbooks / Thematic books	Goldauerstrasse 9, 6422 Steinen	+41797589777	mue-verlag.ch	2017	2	2	6	Switzerland
Nieves	Independent publisher	Art / Children’s books / Design / Photography	Köchlistrasse 5, 8004 Zürich	+41445868789	nieves.ch	2001	1	~ 35	500	Worldwide
NIMBUS. Kunst und Bücher	Independent publisher	Art / Photography / Textbooks	Villa zum Abendstern, Bürglistrasse 37, 8820 Wädenswil	+41446803704	nimbusbooks.ch	1996	3	5	180	Worldwide
Norm	Self-publisher	Graphic Design / Thematic books	Pfingstweidstrasse 31, 8005 Zürich	+41442736633	norm.to	1999	3	1	6	Worldwide

Awarded book: Dimension of Two
Designers: Norm – Dimitri Bruni, Manuel Krebs, Ludovic Varone, Zürich

In a voluminous yet easy-to-handle self-publication with a white soft-cover, the three designers who make up Norm sum up their many years of unique practical research into the fundamental principles of graphic design. The nine chapters, most in black and white, deal with topics such as size ratios, page divisions, graphic objects and letter shapes. They are densely packed with a wide variety of drawings and schemata elucidated with minimalist textual information. The huge number of examples and the deliberately limited means used to illustrate them attest to a high degree of self-discipline that occasionally comes across as over-	In einer umfangreichen, doch handlichen Selbstpublikation mit weissem Softcover bieten die drei Gestalter von Norm eine Summe ihrer einzigartigen und langjährigen Praxis-Forschungen zu grundlegenden Prinzipien des Grafikdesigns. Die grösstenteils in Schwarz-weiss gehaltenen neun Kapitel behandeln u.a. Grössenverhältnisse, Seiteneinteilungen, grafische Objekte und Buchstaben. Sie sind dicht gefüllt mit verschiedenartigen Zeichnungen und Schemen, die mit minimalistischen Textangaben erläutert werden. Die enorme Menge der Beispiele und die bewusst eingeschränkten Darstellungsmittel	In un’approfondita ma maneggevole auto-pubblicazione con copertina flessibile bianca, i tre designer di Norm offrono un compendio della loro ricerca pratica, unica e pluriennale, sui principi fondamentali del design grafico. I nove capitoli, per lo più in bianco e nero, sono dedicati a temi come proporzioni, layout di pagina, oggetti grafici e lettere. La presentazione è densa di disegni e schemi di vario tipo spiegati con testi minimalisti. L’enorme quantità di esempi e i mezzi di rappresentazione volutamente limitati sono attestazione di forte autodisciplina, che a volte appare portata all’estremo. Nasce però un mix affascinante di esposi-	Sous une couverture souple blanche, les trois designers de Norm proposent dans une monographie auto-éditée, imposante mais néanmoins maniable, la somme de leurs recherches pratiques aussi singulières qu’anciennes sur les principes fondamentaux du design graphique. Les neuf chapitres, où le noir et blanc prédomine largement, traitent notamment des rapports de taille, de l’organisation de la page, des objets graphiques et des caractères. Leurs pages sont abondamment remplies de dessins et schémas variés, explicités par des légendes minimalistes. La profusion des exemples et les moyens de représentations volontairement
---	---	---	---

202	Publisher Name	Type	Category	Address	Phone	Website	Founding year	Employees	Published books in 2020	Published books in total	Countries of distribution
-----	----------------	------	----------	---------	-------	---------	---------------	-----------	-------------------------	--------------------------	---------------------------

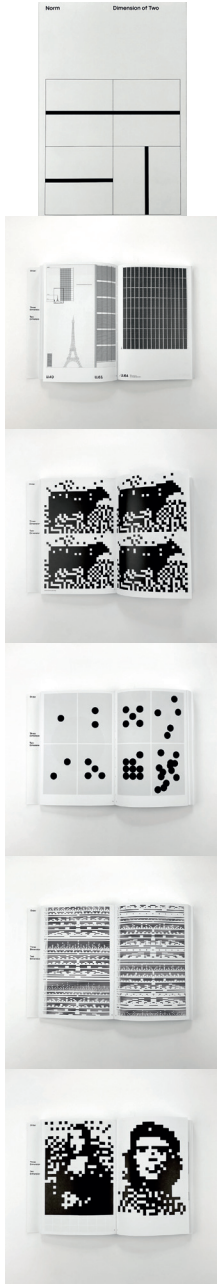
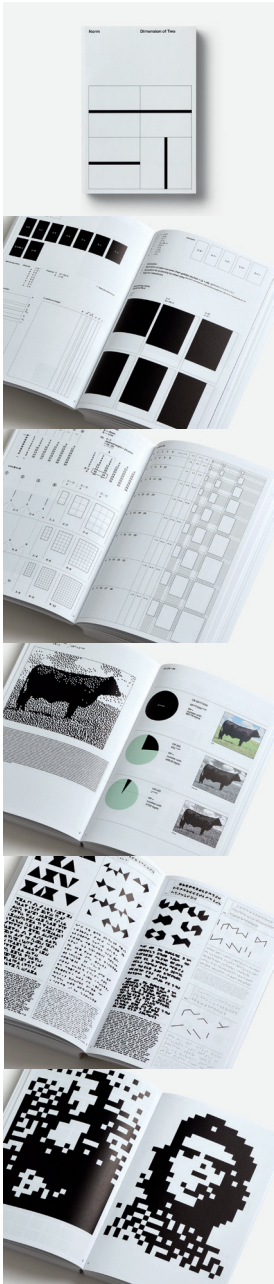
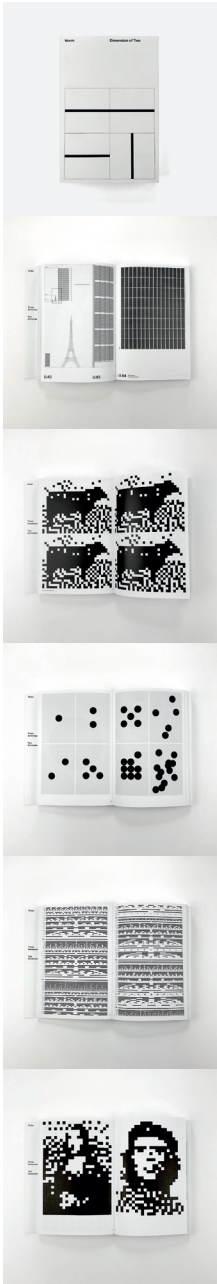
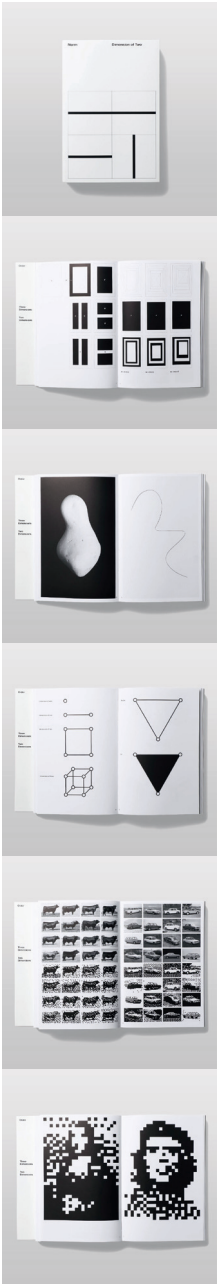
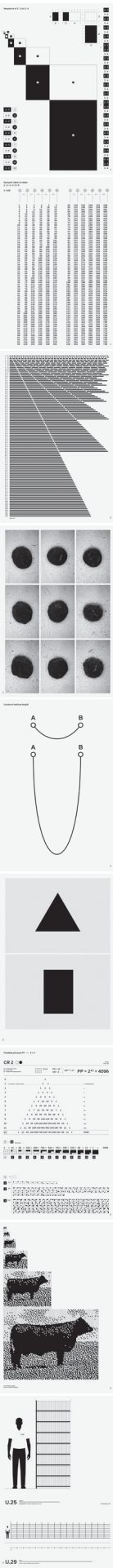
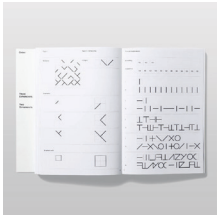
done. But the combination of highly specialised and systematic observations with others that are more cryptic and witty makes for a fascinating blend. Although the book never comes across as didactic, it clearly expresses Norm’s preferences, its appearance hinting from a distance at its heritage in handbooks and manuals from the era of Swiss Design. At the same time, it can be viewed as an atlas of Norm’s world, which is explored here from general overview right down to close-up detail. It is no coincidence that the title formulation *Dimension of Two* echoes the *Powers of Ten* films by Charles and Ray Eames.

zeugen von hoher Selbstdisziplin, und bisweilen wirkt es auf die Spitze getrieben. Weil aber neben hoch spezialisierten und systematischen Ausführungen auch eher kryptische und witzige stehen, ergibt sich eine faszinierende Mischung. Obwohl es niemals didaktisch wirkt, werden die Präferenzen von Norm klar zum Ausdruck gebracht, sodass der Band von Ferne an die Lehr- und Handbücher aus der Zeit des Swiss Design anschliesst. Er kann aber auch als Atlas der Norm-Welt betrachtet werden, die hier von der Gesamtübersicht bis zum Close-up erschlossen wird – nicht zufällig klingen in der Titelformulierung *Dimension of Two* die *Powers of Ten* von Charles und Ray Eames an.

zioni altamente specialistiche e sistematiche e di testi più criptici e ironici. Benché mai con tono didattico, le preferenze di Norm vengono espresse chiaramente, creando un legame che ammicca da lontano ai libri di testo e ai manuali dei tempi dello «Swiss Design». L’opera può anche essere considerata alla stregua di un atlante del mondo di Norm, che si sviluppa dalla visione d’insieme al *close-up* – non a caso il titolo *Dimension of Two* ricorda *Powers of Ten* di Charles e Ray Eames.

restreints témoignent d’une discipline rigoureuse, qui semble par moments poussée à l’excès. Mais les développements extrêmement pointus et systématiques en côtoient d’autres plutôt cryptiques et drôles, ce qui donne un mélange fascinant. Les préférences de Norm sont clairement exprimées sans que jamais cela ne paraisse didactique, ce qui place l’ouvrage dans une lointaine filiation avec les traités et manuels de l’époque du « style suisse ». Mais il peut aussi s’envisager comme un atlas du monde de Norm, une représentation qui irait de la vue générale au plan rapproché – ce n’est pas un hasard si le *Dimension of Two* du titre résonne comme un écho au *Powers of Ten* de Charles et Ray Eames.

202	Publisher Name	Type	Category	Address	Phone	Website	Founding year	Employees	Published books in 2020	Published books in total	Countries of distribution
-----	----------------	------	----------	---------	-------	---------	---------------	-----------	-------------------------	--------------------------	---------------------------



Manuel Krebs in conversation with Samuel Bänziger and Tan Wäldchli
Manuel Krebs im Gespräch mit Samuel Bänziger und Tan Wäldchli
Conversazione di Manuel Krebs con Samuel Bänziger e Tan Wäldchli
Manuel Krebs dialogue avec Samuel Bänziger et Tan Wäldchli
 Online, 30.3.2021

Our first experience with self-publishing was in the mid-1990s at the Schule für Gestaltung in Biel, when we founded the drawing magazine *Silex* with a number of classmates. It worked like a kind of snowball system, with new subscribers financing the latest issue each time. When we set up the studio, we planned to publish a journal twice a year called 'Norm.' *Norm: Introduction* (1999) was the dummy run, but the delays started with the very first issue. Norm then became the name of the studio and *Norm: The Things* (2002) was the next publication that grew out of the project.

Our motivation for self-publishing was partly the artistic freedom of being able to make all the decisions and do everything ourselves, and partly the fact that we had very little professional experience

Unsere ersten Erfahrungen mit einem Selbstverlag machten wir Mitte der 1990er-Jahre an der Schule für Gestaltung in Biel, als wir mit Kolleginnen und Kollegen das Zeichnungs-Magazin *Silex* publizierten. Das funktionierte in einer Art Schneeballsystem, indem die neu verkauften Abonnements jeweils das neueste Heft finanzierten. Als wir dann das Studio gründeten, planten wir, zweimal im Jahr eine Zeitschrift herauszugeben, die «Norm» heissen sollte. *Norm: Introduction* (1999) war die Nullnummer dafür, aber schon bei der ersten Nummer gab es Verzögerungen. *Norm* wurde dann der Name des Studios und *Norm: The Things* (2002) war die nächste Publikation, die aus diesem Vorhaben resultierte.

Unsere Motivation für den Selbstverlag war damals zum einen

Abbiamo fatto le nostre prime esperienze di autoedizione a metà degli anni Novanta presso la Schule für Gestaltung a Biel/Bienne: quando pubblicavamo insieme alle colleghe e ai colleghi la rivista di disegno *Silex*. Applicavamo una sorta di sistema a valanga, nel quale le nuove sottoscrizioni servivano a finanziare il numero più recente. Quando abbiamo poi fondato lo studio, abbiamo deciso di pubblicare due volte all'anno una rivista intitolata Norm. Nel 1999 è stato pubblicato il numero zero, *Norm: Introduction*, ma già per il numero uno ci sono poi stati dei ritardi. «Norm» è diventato in seguito il nome dello studio, e *Norm: The Things* (2002) è stata la successiva pubblicazione frutto di questo progetto.

All'epoca avevamo due motivi per optare per l'autopubblicazione:

Nos premières expériences d'autoédition, nous les avons faites au milieu des années 1990, à l'École d'arts visuels de Bienne, lorsque nous avons publié, avec des collègues, le magazine de dessin *Slex*. Cela fonctionnait selon une sorte de système boule de neige, dans lequel les nouveaux abonnements finançaient à chaque fois le tout dernier numéro paru. Lorsque nous avons fondé le studio, nous avons projeté de publier deux fois par an une revue qui devait s'appeler *Norm*. *Norm : Introduction* (1999) fut le numéro zéro, mais dès le numéro un, il y eut des retards. *Norm* devint ensuite le nom du studio et *Norm : The Things* (2002) fut la publication suivante, qui résulta de ce projet.

Ce qui nous a motivés à nous auto-éditer, ce fut d'une part la liberté artistique : nous pouvions tout

Publisher Name	Type	Category	Address	Phone	Website	Founding year	Employees	Published books in 2020	Published books in total	Countries of distribution
and no contacts in the publishing world, and we didn't expect anyone to be really interested in what we were doing. So it wasn't that we deliberately chose not to work with a publishing house, it was just that self-publishing was the most obvious and simplest option.						die künstlerische Freiheit – wir konnten alles selber bestimmen und machen. Zum anderen hatten wir noch kaum berufliche Erfahrungen und keine Kontakte in der Verlagslandschaft, und wir erwarteten nicht, dass jemand sich ernsthaft für unsere Sachen interessieren würde. Wir entschieden uns damals also nicht bewusst gegen eine Zusammenarbeit mit einem Verlag, sondern der Selbstverlag war die nächstliegende und einfachste Option.		da un lato la libertà artistica di decidere e fare tutto da soli; dall'altro, la nostra esperienza professionale era ancora minima, non avevamo contatti nel contesto editoriale e non ci aspettavamo che qualcuno si interessasse sul serio ai nostri progetti. Ciò significa che non abbiamo deciso consapevolmente di non rivolgerci a una casa editrice, ma piuttosto che l'autoedizione era l'opzione più immediata e semplice.		décider et réaliser nous-mêmes. D'autre part, nous avions encore peu d'expérience professionnelle et nous étions dépourvus de contacts dans le milieu de l'édition. Nous n'attendions pas que quelqu'un s'intéresse sérieusement à nos affaires. Ce n'est donc pas intentionnellement que nous n'avons pas collaboré avec une maison d'édition, mais l'autoédition nous a paru l'option la plus évidente et la plus simple.
Now, almost two decades later, with the new book, <i>Dimension of Two</i> (2020), the situation had of course changed. After many years working with commissioned publications and publishers, we now have plenty of contacts. The reason we still chose to publish it ourselves again was partly about artistic freedom, but this time partly a sense of unease about the present-day publishing landscape in the cultural sector.						Beim neuen Buch, <i>Dimension of Two</i> (2020), war die Ausgangslage natürlich anders. Durch unsere langjährige Arbeit mit Auftragspublikationen und Verlagen haben wir viele Kontakte gesammelt. Dass wir uns dennoch wieder für den Eigenverlag entschieden, hatte neben der künstlerischen Freiheit diesmal mit einem Unbehagen zu tun, das wir gegenüber der heutigen Verlagslandschaft im Kultursektor empfinden.		Per il nuovo libro, <i>Dimension of Two</i> (2020), partivamo ovviamente da una situazione diversa. La nostra lunga attività con pubblicazioni su commissione e case editrici ci ha portati a sviluppare una fitta rete di contatti. Il fatto di optare ancora per l'autopubblicazione questa volta non si giustificava solo con la libertà artistica, ma era dovuto anche a un disagio che avvertiamo nei confronti dell'attuale panorama editoriale nel settore culturale.		Pour le nouveau livre, <i>Dimension of Two</i> (2020), la situation de départ était bien sûr différente. Notre travail, durant de longues années, pour des publications de commande et avec des éditeurs, nous a procuré entre-temps de nombreux contacts. Nous nous sommes malgré tout décidés à nouveau pour l'autoédition. Outre la liberté artistique, cette décision n'était pas sans rapport avec un certain malaise que nous ressentions vis-à-vis du paysage éditorial actuel dans le secteur de la culture.
It's a truism that it never really pays to publish books in the cultural sphere. They are always an investment – be it by a government-funded institution, a commercial gallery or a collector. Once the books have been funded and produced, many publishers then include them in their programmes with little financial commitment on their part. Their main contribution is to organise marketing and sales. Some publishers even charge a fee for doing so, which means not only do you give them the finished product but you also pay them to take it off your hands. After that, the royalties you receive for each book sold are tiny. I find that model problematic.						Bekanntlich rechnen sich Bücher im kulturellen Bereich eigentlich nie, sondern sie sind immer eine Investition von Seiten einer staatlich geförderten Institution, einer kommerziellen Galerie, von Sammlerinnen und Sammlern, etc. Viele Verlage nehmen dabei fertig finanzierte und fertig hergestellte Bücher in ihr Programm auf, mit wenig finanziellem Engagement. Ihre Leistung besteht hauptsächlich darin, die Vermarktung und den Vertrieb zu		Come tutti sanno, economicamente parlando in campo culturale i libri non convengono praticamente mai, ma sono sempre un investimento da parte di un'istituzione sostenuta dallo Stato, una galleria commerciale, collezioniste e collezionisti ecc. Molte case editrici includono nelle loro collane libri già finanziati e completati, con scarso impegno economico. Si occupano principalmente di organizzare il marketing e la distribuzione, e alcune chiedono		On sait que les livres, dans le domaine culturel, ne sont jamais rentables, mais demandent toujours un investissement de la part d'une institution soutenue par l'État, d'une galerie commerciale, de collections, etc. Beaucoup de maisons d'édition mettent ainsi à leur programme des livres déjà entièrement financés et réalisés, sans se mouiller financièrement. Leur prestation consiste surtout à organiser la commercialisation et

and no contacts in the publishing world, and we didn't expect anyone to be really interested in what we were doing. So it wasn't that we deliberately chose not to work with a publishing house, it was just that self-publishing was the most obvious and simplest option.

Now, almost two decades later, with the new book, *Dimension of Two* (2020), the situation had of course changed. After many years working with commissioned publications and publishers, we now have plenty of contacts. The reason we still chose to publish it ourselves again was partly about artistic freedom, but this time partly a sense of unease about the present-day publishing landscape in the cultural sector.

It's a truism that it never really pays to publish books in the cultural sphere. They are always an investment – be it by a government-funded institution, a commercial gallery or a collector. Once the books have been funded and produced, many publishers then include them in their programmes with little financial commitment on their part. Their main contribution is to organise marketing and sales. Some publishers even charge a fee for doing so, which means not only do you give them the finished product but you also pay them to take it off your hands. After that, the royalties you receive for each book sold are tiny. I find that model problematic, because it significantly reduces a book's value. It's as if something that people have spent time researching, writing, designing and printing is hardly worth anything.

So because we didn't want to just give our new book away, we went back to self-publishing. The conditions have improved markedly over the last two decades, in my view, thanks to the internet. Now you can sell a book with relatively little effort via a website that operates as a shop with direct payment. Suddenly you find yourself receiving 100 per cent of the sale price, especially if the costs of postage and packing, which vary widely from one country to another, are borne by the buyers. Of course, you still have to pack the books and take them to the post office, but we see that as part of our job just as much as the whole business of research, writing and design.

Social media is a very effective way of staying in touch with people who have similar interests.

die künstlerische Freiheit – wir konnten alles selber bestimmen und machen. Zum anderen hatten wir noch kaum berufliche Erfahrungen und keine Kontakte in der Verlagslandschaft, und wir erwarteten nicht, dass jemand sich ernsthaft für unsere Sachen interessieren würde. Wir entschieden uns damals also nicht bewusst gegen eine Zusammenarbeit mit einem Verlag, sondern der Selbstverlag war die nächstliegende und einfachste Option.

Beim neuen Buch, *Dimension of Two* (2020), war die Ausgangslage natürlich anders. Durch unsere langjährige Arbeit mit Auftragspublikationen und Verlagen haben wir viele Kontakte gesammelt. Dass wir uns dennoch wieder für den Eigenverlag entschieden, hatte neben der künstlerischen Freiheit diesmal mit einem Unbehagen zu tun, das wir gegenüber der heutigen Verlagslandschaft im Kultursektor empfinden.

Bekanntlich rechnen sich Bücher im kulturellen Bereich eigentlich nie, sondern sie sind immer eine Investition von Seiten einer staatlich geförderten Institution, einer kommerziellen Galerie, von Sammlerinnen und Sammlern, etc. Viele Verlage nehmen dabei fertig finanzierte und fertig hergestellte Bücher in ihr Programm auf, mit wenig finanziellem Engagement. Ihre Leistung besteht hauptsächlich darin, die Vermarktung und den Vertrieb zu organisieren. Manche Verlage verlangen dafür sogar noch ein Honorar, also man gibt ihnen nicht nur das fertige Produkt, sondern bezahlt noch zusätzlich dafür, dass sie es nehmen. Die Tantiemen, die man dann pro verkauftes Buch erhält, sind sehr klein. Das finde ich ein problematisches Modell, weil es den Wert eines Buches stark minimiert. Man tut so, als wäre ein Buch, das Leute recherchiert, geschrieben, gestaltet und gedruckt haben, eigentlich nichts wert.

Weil wir also unser neues Buch nicht einfach weggeben wollten, sind wir wieder auf den Selbstverlag zurückgekommen. Die Bedingungen dafür haben sich in den letzten zwei Jahrzehnten dank des Internets meines Erachtens stark verbessert. Man kann ein Buch heute mit relativ kleinem Aufwand über eine Website vertreiben, die als Laden mit direkter Bezahlung funktioniert. So erhält man plötzlich 100% des Verkaufspreises, zumal wenn die Versandkosten, die von Land zu Land stark varie-

da un lato la libertà artistica di decidere e fare tutto da soli; dall'altro la nostra esperienza professionale era ancora minima, non avevamo contatti nel contesto editoriale e non ci aspettavamo che qualcuno si interessasse sul serio ai nostri progetti. Ciò significa che non abbiamo deciso consapevolmente di non rivolgerci a una casa editrice ma piuttosto che l'autoedizione era l'opzione più immediata e semplice.

Per il nuovo libro, *Dimension of Two* (2020), partivamo ovviamente da una situazione diversa. La nostra lunga attività con pubblicazioni su commissione e case editrici ci ha portati a sviluppare una fitta rete di contatti. Il fatto di optare ancora per l'autopubblicazione questa volta non si giustificava solo con la libertà artistica, ma era dovuto anche a un disagio che avvertiamo nei confronti dell'attuale panorama editoriale nel settore culturale.

Come tutti sanno, economicamente parlando in campo culturale i libri non convengono praticamente mai, ma sono sempre un investimento da parte di un'istituzione sostenuta dallo Stato, una galleria commerciale, collezioniste e collezionisti ecc. Molte case editrici includono nelle loro collane libri già finanziati e completati, con scarso impegno economico. Si occupano principalmente di organizzare il marketing e la distribuzione, e alcune chiedono persino un onorario per farlo: non solo ricevono un prodotto già ultimato, ma bisogna pure pagarle. I diritti che si ricevono per ogni copia venduta sono infinitesimali. Trovo che il modello sia problematico, perché sminuisce fortemente il valore del libro. È come se un libro, frutto delle ricerche, della stesura, dell'impaginazione e della stampa di qualcuno, in realtà non valesse nulla.

Visto che non volevamo semplicemente dare via il nostro nuovo libro, siamo quindi tornati all'auto-pubblicazione. A mio parere, negli ultimi due decenni Internet ha promosso un forte miglioramento in questo campo. Ora, con un impegno relativamente contenuto, si può distribuire un libro attraverso un sito Internet che funziona come un negozio con pagamento diretto. Il risultato? All'improvviso si riceve il 100 per cento del prezzo di vendita, tanto più se le spese di spedizione, che variano notevolmente da Paese a Paese, vanno a carico di chi fa l'acquisto. Ovviamente bisogna

décider et réaliser nous-mêmes. D'autre part, nous avions encore peu d'expérience professionnelle et nous étions dépourvus de contacts dans le milieu de l'édition. Nous n'attendions pas que quelqu'un s'intéresse sérieusement à nos affaires. Ce n'est donc pas intentionnellement que nous n'avons pas collaboré avec une maison d'édition, mais l'autoédition nous a paru l'option la plus évidente et la plus simple.

Pour le nouveau livre, *Dimension of Two* (2020), la situation de départ était bien sûr différente. Notre travail, durant de longues années, pour des publications de commande et avec des éditeurs, nous a procuré entre-temps de nombreux contacts. Nous nous sommes malgré tout décidés à nouveau pour l'autoédition. Outre la liberté artistique, cette décision n'était pas sans rapport avec un certain malaise que nous ressentions vis-à-vis du paysage éditorial actuel dans le secteur de la culture.

On sait que les livres, dans le domaine culturel, ne sont jamais rentables, mais demandent toujours un investissement de la part d'une institution soutenue par l'État, d'une galerie commerciale, de collections, etc. Beaucoup de maisons d'édition mettent ainsi à leur programme des livres déjà entièrement financés et réalisés, sans se mouiller financièrement. Leur prestation consiste surtout à organiser la commercialisation et la distribution. Beaucoup de maisons d'édition exigent même pour cela des honoraires. Donc non seulement on leur livre le produit fini, mais on doit encore les payer pour qu'ils le prennent. Les tantièmes qu'on reçoit pour les ouvrages vendus sont dérisoires. Je trouve ce modèle problématique parce qu'il rabaisse fortement la valeur d'un livre. On se comporte comme si un livre que des gens ont conçu, écrit, réalisé graphiquement, puis imprimé, n'avait en somme aucune valeur.

Comme nous ne voulions pas simplement nous débarrasser de notre nouveau livre, nous sommes revenus à l'autoédition. Je crois que les conditions de celle-ci, dans les deux dernières décennies, se sont considérablement améliorées, grâce à Internet. Avec des frais relativement modestes, on peut distribuer aujourd'hui un livre par le biais d'un site web, qui sert de point de vente avec paiement direct. Ainsi l'on obtient immédiatement 100% du prix de vente, d'autant que les coûts d'expédition,

Publisher Name	Type	Category	Address	Phone	Website	Founding year	Employees	Published books in 2020	Published books in total	Countries of distribution
We were also fortunate enough to publish the book at the same time as we had an exhibition in Zurich and Lausanne, which generated extra sales. We also turned over about a third of the 1,500 copies to a distributor, Idea Books. Those books stayed in the EU after they were printed, and Idea Books sells them to bookshops at our price, and we get 38 per cent of that. That's much more than any publisher would pay. However, it would have been virtually impossible to produce the book without subsidies from third parties in the first place. Getting hold of support like that isn't easy these days, especially since books about the rarefied world of visual communication don't fit well for most of the promotional vehicles in Switzerland. After some difficulty, we secured generous funding of CHF 15,000 from Pro Helvetia (the state-funded agency that promotes Swiss culture internationally). That allowed us to pay for production, where we made the necessary adjustments. We now see this as our start-up capital, because we recouped the money from the sale proceeds. We're using it to plan more self-publications. We spent many years working on <i>Dimension of Two</i>, and subsequently we labelled the book part three of the Norm trilogy, in order to wrap things up and free us of the burden of ever having to publish a follow-up work on that scale again. Hopefully, future publications will be less time-consuming. But I'd prefer not to give anything away; all too often in the past we've made announcements that we haven't been able to stick to. ren, draufgeschlagen werden. Natürlich muss man die Bücher dann verpacken und zur Post bringen, aber das gehört in dem Fall zu unserer Selbstleistung, wie auch die ganze Recherche-, Schreib- und Gestaltungsarbeit. Um in Kontakt mit Menschen zu bleiben, die ähnliche Interessen haben, sind Social-Media-Kanäle sehr wirksam. Wir hatten auch Glück, dass wir das Buch zeitgleich mit einer Ausstellung von uns in Zürich und Lausanne veröffentlichen konnten, was zusätzliche Verkäufe generierte. Zudem haben wir ungefähr ein Drittel der 1500 Exemplare an einen Vertrieb, Idea Books, übergeben. Diese Bücher blieben nach dem Druck im EU-Raum, und Idea Books verkauft sie zu unserem Preis an Buchhandlungen, wobei wir 38% erhalten. Das ist deutlich mehr, als jeder Verlag bezahlen würde. Das Buch zu machen wäre aber von Anfang an ohne Subventionen durch Dritte kaum möglich gewesen. Solche Unterstützung zu erhalten ist heute nicht einfach, zumal Bücher im Dunstkreis visueller Kommunikation für viele Fördertöpfe nicht exakt passen. Nach einigen Schwierigkeiten haben wir grosszügigerweise von der Pro Helvetia CHF 15000.– erhalten. Wir haben damit die Produktion bezahlt, die wir entsprechend anpassen mussten. Nun betrachten wird dies als unser Startkapital, weil wir das Geld durch die Verkaufserlöse wieder reingeholt haben. Damit planen wir weitere Selbstpublikationen. Die Arbeit an <i>Dimension of Two</i> dauerte viele Jahre, und nachträglich haben wir das Buch als dritten Teil der Norm-Trilogie bezeichnet, um zu einem Abschluss zu kommen und um uns von der Last zu befreien, jemals ein ähnlich umfangreiches Nachfolgewerk veröffentlichen zu müssen. Die zukünftigen Publikationen werden hoffentlich weniger Zeit in Anspruch nehmen. Ich verrate aber lieber noch nichts, denn wir haben schon zu oft Ankündigungen gemacht, die wir dann nicht einhalten konnten. occuparsi di impacchettare i libri e portarli all'ufficio postale, ma questo rientra tra le attività che spettano a noi, proprio come tutto il lavoro di ricerca, scrittura e progettazione. Per rimanere in contatto con persone che hanno interessi simili, i social media sono utilissimi. Abbiamo avuto anche la fortuna di poter pubblicare il libro in contemporanea con una nostra mostra a Zurigo e Losanna, e ciò ha promosso ulteriormente le vendite. Oltre a questo, abbiamo consegnato circa un terzo delle 1500 copie stampate a un distributore, Idea Books. Dopo la stampa questi libri sono rimasti nell'area UE; Idea Books li vende alle librerie al nostro prezzo, e noi riceviamo il 38 per cento – molto più di quanto pagherebbe qualsiasi editore. Tuttavia, fin dall'inizio la realizzazione del libro non sarebbe stata possibile senza sovvenzioni di terzi. Ottenere questo tipo di supporto non è facile oggi, soprattutto perché i finanziatori non sono alla ricerca di libri su un tema oscuro come la comunicazione visiva. Dopo alcune difficoltà abbiamo però ricevuto da Pro Helvetia un generoso contributo di 15000 franchi, con cui abbiamo pagato la produzione, opportunamente modificata. Ora guardiamo a questa somma come al nostro capitale di avviamento, perché con i proventi delle vendite l'abbiamo recuperata per intero. La useremo per pianificare ulteriori auto-pubblicazioni. Il lavoro su <i>Dimension of Two</i> ha richiesto molti anni e a posteriori vediamo il risultato come il terzo atto della trilogia di Norm, così da dare al tutto un senso compiuto e scrollarci di dosso il peso di dover mai pubblicare un'opera successiva altrettanto estesa. Speriamo che le pubblicazioni future ci richiedano meno tempo. Ma preferisco non rivelare ancora nulla, perché ci è già capitato troppo spesso di fare annunci a cui non siamo riusciti a dare seguito. qui varient d'un pays à l'autre, sont pris en charge par l'acheteur. Naturellement, il faut ensuite emballer les livres et les mettre à la poste, mais dans le cas particulier cela fait partie de nos prestations, comme l'ensemble du travail de recherche, d'écriture et de conception graphique. Pour rester en contact avec des gens qui partagent nos intérêts, les réseaux sociaux sont des canaux très efficaces. Nous avons aussi eu la chance de pouvoir publier le livre au moment où nous exposions à Zurich et Lausanne, ce qui a généré des ventes supplémentaires. En outre, nous avons confié environ le tiers des 1500 exemplaires imprimés à un distributeur, Idea Books. Ces livres sont restés, après impression, dans l'espace européen, et Idea Books les vend à notre prix à des librairies, ce qui nous rapporte 38% du prix de vente. C'est nettement plus que ce que n'importe quelle maison d'édition paierait. Mais sans subventions par des tiers, nous n'aurions guère pu commencer à réaliser le livre. Ce genre de soutien ne s'obtient pas aisément aujourd'hui. En outre, dans le monde nébuleux de la communication visuelle, beaucoup de fonds ne sont pas calibrés pour des livres. Après quelques difficultés, nous avons reçu de Pro Helvetia la généreuse aide de 15000 francs suisses. Cela nous a permis de couvrir les frais de production, que nous avons ajustés à ce chiffre. Maintenant nous considérons cela comme notre capital de départ, parce que nous avons récupéré cette somme grâce aux ventes. Ainsi pouvons-nous prévoir d'autres auto-publications. Le travail sur <i>Dimension of Two</i> a duré de nombreuses années. Après coup, nous avons désigné ce livre comme la troisième partie de la trilogie de Norm. C'était une manière de conclure et de nous libérer du fardeau de devoir publier à chaque fois une œuvre nouvelle d'ampleur comparable. Nos publications à venir devraient, nous l'espérons, réclamer moins de temps. Je préfère ne rien dévoiler cependant, parce qu'il nous est trop souvent arrivé de faire des annonces que, par la suite, nous n'avons pu respecter.										

219	Publisher Name	Type	Category	Address	Phone	Website	Founding year	Employees	Published books in 2020	Published books in total	Countries of distribution
	Park Books Independent publisher Architecture / Photography / Textbooks / Thematic books / Other Niederdorfstrasse 54, 8001 Zürich +41442621662 park-books.com						2012	2	37	322	Worldwide
	PEARLBOOKSEDITION Independent publisher Uraniastrasse 20, 8001 Zürich +41433448034 pearlbooksedition.ch						2009	1	2	5	France, Switzerland
	Phaidon Press Limited Commercial publisher Architecture / Art / Children’s books / Cookbooks / General interest / Photography / Thematic books / Other 2 Cooperage Yard, London E15 2QR (UK) 65 Bleecker Street, New York, NY 10012 (US) +442078431000 phaidon.com						1923		95		Worldwide

Awarded book: NIKE. Better is Temporary
Designers: Maximage – David Keshavjee, Paris (FR); Julien Tavelli, Genève; Daniel Haettenschwiller, Zürich

A thick and heavy book about the sports equipment manufacturer Nike designed by last year’s winner of the Jan Tschichold Award is an exemplary subject for a discussion about the possibilities and limitations that working in commercial industries hold for a design team well established in the cultural sector. The seven chapters, covering areas from research and development to design and advertising, present Nike’s activities with the help of numerous historical and contemporary examples. Recurring design elements help to add structure: one title font and one text font; tables of contents for each chapter; relatively large single-column essays without pictures; and series of illustrations of shoes in a variable grid layout with two-column commentaries at the bottom of the page. The shoes are presented in a very matter-of-fact way, something fans will appreciate. Single pages to the left of the tables of contents display nothing but abstract areas of colour, recalling previous works by the designers. Their aesthetic – and their Color Library toolkit – occasionally show through. The short concluding chapter on Nike’s colour palette for 2021 reveals an elective affinity between clients and designers when it comes to the deployment of colour.

Anhand eines dicken und schweren Buchs über den Sportartikelhersteller Nike, das von den letztjährigen Trägern des Jan-Tschichold-Preises gestaltet wurde, kann beispielhaft diskutiert werden, welche Möglichkeiten und Grenzen sich einem im Kultursektor etablierten Gestalterteam in stärker kommerziellen Industrien bieten. In sieben Kapiteln werden Nike’s Aktivitäten anhand zahlreicher historischer und gegenwärtiger Beispiele vorgeführt – von Forschung & Entwicklung über Design bis zu Werbung. Wiederkehrende Gestaltungselemente tragen zur Strukturierung bei: eine Titel- und eine Textschrift, Inhaltsverzeichnisse für jedes Kapitel, relativ gross und einspaltig gesetzte Essays ohne Bilder sowie reihenweise Abbildungen von Schuhen in einem variablen Rasterlayout mit zweispaltigen Kommentaren unten auf der Seite. Die Schuhe werden dabei sehr sachlich präsentiert, sodass Fans auf ihre Rechnung kommen. Einzelne Seiten mit abstrakten Farbflächen, die links neben den Inhaltsverzeichnissen stehen, wirken wie Zitate aus früheren Arbeiten der Gestalter, sodass deren Ästhetik – und auch deren *Color Library* Werkzeug – gelegentlich durchscheinen. Das kurze Abschlusskapitel über Nike’s Farbpalette 2021 macht eine Wahlverwandtschaft zwischen Auftraggebern und Gestaltern erkenntlich, welche die Arbeit an Farben betrifft.

Un volume spesso e pesante dedicato all’azienda produttrice di articoli sportivi Nike, progettato dai vincitori dello scorso anno del Premio Jan Tschichold, che può accendere un dibattito esemplare sulle possibilità e i limiti posti in ambiti nettamente commerciali a un team di designer affermato piuttosto nel settore culturale. In sette capitoli vengono presentate le attività di Nike, con numerosi esempi passati e presenti – ricerca e sviluppo, design, pubblicità e non solo. Elementi grafici ricorrenti contribuiscono a dare struttura al volume: un font per i titoli e uno per i testi, sommari per ogni capitolo, saggi in un layout relativamente ampio a colonna singola senza immagini, e illustrazioni in sequenza di scarpe, disposte in una griglia variabile con commenti a due colonne in fondo alla pagina. La presentazione delle calzature è molto concreta, per la gioia dei fan. Singole pagine con superfici di colore astratte, che appaiono a sinistra in corrispondenza dei sommari dei capitoli, sembrano citazioni da precedenti lavori dello studio di design, che ne lasciano trasparire l’estetica – nonché lo strumento *Color Library*. Il breve capitolo conclusivo sulla palette di colori 2021 di Nike porta alla luce un’affinità elettiva tra committenza e designer per ciò che concerne il lavoro sui colori.

Cet épais et lourd volume consacré au fabricant d’articles de sport Nike et conçu par les lauréats du prix Jan-Tschichold 2020 pourrait exemplifier le débat autour des possibilités et des limites qu’implique une incursion dans un environnement plus commercial de la part d’une équipe de designers graphiques établis dans le secteur culturel. À travers de nombreux exemples anciens et actuels, sept chapitres présentent les différentes activités de Nike – du département Recherche et Développement à la publicité en passant par le design. Des éléments de mise en page récurrents contribuent à la structuration : une police de caractère pour les titres, une autre pour les textes, une table des matières au début de chaque chapitre, des essais sans illustrations composés sur une colonne dans un corps de caractère relativement grand ainsi que de nombreuses images de chaussures présentées dans une grille de mise en page changeante et accompagnées de commentaires sur deux colonnes en pied de page. La présentation très formelle des chaussures saura plaire aux fans. Sur certaines pages, des aplats de couleurs abstraits, placés à gauche des tables des matières, semblent être des citations des travaux antérieurs des designers, ce qui laisse par instants transparaître leur esthétique – et l’emploi de l’outil informatique *Color Library*. Le chapitre de clôture, consacré à la palette de couleurs 2021 de Nike, montre une affinité élective entre le client et les designers en matière de travail sur les couleurs.

222	Publisher Name	Type	Category	Address	Phone	Website	Founding year	Employees	Published books in 2020	Published books in total	Countries of distribution



223	Publisher Name	Type	Category	Address	Phone	Website	Founding year	Employees	Published books in 2020	Published books in total	Countries of distribution

Emilia Terragni, Editorial Director, in conversation with Nicole Udry and Tan Wälchli
Emilia Terragni, Verlagsdirektorin, im Gespräch mit Nicole Udry und Tan Wälchli
Conversazione di Emilia Terragni, Associated Publisher, con Nicole Udry e Tan Wälchli
Emilia Terragni, direttrice éditoriale, dialogue avec Nicole Udry et Tan Wälchli
 Online, 30.3.2021

Although Phaidon has offices in London, New York and Paris, and about 120 employees, we are a relatively modest publisher with about 60 to 80 new books released annually. The big players in the field produce hundreds of books per year.

Next to the new books, our business is strongly based on the backlist. The effort and money you put in to a book does not make it worth it for us to just have them for one season. This rationale clearly has an impact on the kind of subjects that we pick, on the graphic design that we choose and on the way the books are organised. For us, to make a book takes two to three years at the minimum. We therefore cannot try to follow any trends, because once we would be ready with a book after three years, it would be too late.

We are two publishers. I am responsible for architecture, design and food, and my colleague for the visual arts, popular culture and children's books. We have a number of commissioning editors, and then senior and junior project editors. The publishers and commissioning editors bring projects to the table, but we encourage the entire editorial team to come up with ideas and suggestions. We have a weekly forum with about 20 people from London, New York and Paris, where everybody can comment on ideas and projects. It's a very open and unstructured way of working. Most of our books are based on these internal discussions. We see of course tons of proposals, and while some contain interesting ideas, we sometimes wonder whether people actually try to find out what we publish before contacting us.

Once we bring a project to the board for approval, it will already have a budget, and we will have looked at competing books in the field, as well as have come up with ideas for the format, print run, retail price and so on. We have an in-house creative director and a design director, but no staff designers, as we work with freelance designers which we select according to the project. As we like them to be able to work with real material, we sometimes contact them only once we have everything ready. But this varies. There

Phaidon hat zwar Büros in London, New York und Paris und insgesamt etwa 120 Angestellte, aber wir sind trotzdem ein eher kleiner Verlag mit rund 60 bis 80 neuen Büchern pro Jahr. Die grossen Verlage produzieren jährlich Hunderte von Büchern.

Neben den neuen Büchern setzen wir stark auf unsere Backlist. Bei dem Einsatz und dem Geld, das wir in ein Buch stecken, lohnt es sich für uns nicht, es nur während einer Saison anzubieten. Dieser Ansatz beeinflusst natürlich auch die Themen, die wir auswählen, die Gestaltung und wie unsere Bücher organisiert werden. Die Produktion eines Buches nimmt bei uns mindestens zwei bis drei Jahre in Anspruch. Wir versuchen deshalb nicht, irgendwelchen Trends zu folgen. Wenn wir nach drei Jahren mit einem Buch bereit sind, kämen wir sowieso zu spät.

Wir sind zwei Verlegerinnen. Ich bin zuständig für Architektur, Design und Kochbücher, meine Kollegin für Kunst, Popkultur und Kinderbücher. Wir haben eine mehrköpfige Lektoratsleitung sowie eine Anzahl Lektorinnen und Lektoren auf Senior und Junior-Stufe, die für einzelne Projekte zuständig sind. Die Verlegerinnen und die Lektoratsleitung bringen die Projekte ein, aber wir fordern das ganze Team auf, Ideen und Vorschläge zu formulieren. Bei unserer wöchentlichen Themen-Sitzung kommen etwa 20 Leute aus London, New York und Paris zusammen, und alle können sich zu Ideen und Projekten äussern. Wir arbeiten sehr offen und ohne feste Struktur. Die meisten unserer Bücher entstehen aus diesen internen Diskussionen. Wir bekommen natürlich unzählige Projekteingaben, und während einige davon interessante Ideen enthalten, fragen wir uns bei anderen, ob die Leute überhaupt nachsehen, was wir publizieren, bevor sie uns kontaktieren.

Wenn wir ein Projekt zur Genehmigung bei der Geschäftsleitung vorlegen, muss es über ein Budget verfügen und wir haben bereits die konkurrierenden Bücher in diesem Bereich gesichtet. Ausserdem sind konkrete Vorstellungen zu Format, Auflagen, Verkaufspreis und so weiter vorhanden. Wir

Anche se ha uffici a Londra, New York e Parigi, e circa 120 dipendenti, Phaidon è una casa editrice relativamente modesta, con circa 60–80 nuove pubblicazioni all'anno, rispetto alle centinaia prodotte dai grandi nomi del settore.

Accanto ai nuovi libri, la nostra attività si basa fortemente sulla *backlist*, ovvero i titoli a catalogo: l'impegno, anche economico, che porta alla nascita di un libro fa sì che non valga la pena tenerli per una sola stagione. Questa logica ovviamente influisce sul tipo di argomenti che trattiamo, sulla grafica e sull'organizzazione dei libri. Per noi, la realizzazione di un libro richiede almeno due o tre anni. Non possiamo quindi cercare di seguire nessuna tendenza, perché uscendo con un libro dopo tre anni sarebbe troppo tardi.

Siamo due *publisher*. Io mi occupo di architettura, design e libri di cucina, la mia collega di arti visive, cultura popolare e libri per l'infanzia. Abbiamo una serie di *commissioning editor*, e poi *project editor* di livello senior e junior. I *publisher* e i *commissioning editor* presentano i progetti, ma incoraggiamo tutto il team editoriale a fare proposte. Organizziamo un forum settimanale con una ventina di persone da Londra, New York e Parigi, dove tutti possono commentare le idee e i progetti. È un modo di lavorare molto aperto e destrutturato. La maggior parte dei nostri libri nasce da questi confronti interni. Ovviamente ci arrivano centinaia di proposte, e anche se alcune contengono idee interessanti, a volte ci capita di chiederci se prima di contattarci la gente si informi su ciò che pubblichiamo.

Quando sottoponiamo un progetto al consiglio per l'approvazione, abbiamo già definito il budget, studiato la concorrenza per quel libro e delineato aspetti come il formato, la tiratura, il prezzo di vendita e così via. Abbiamo una direzione artistica interna e una direzione del design, ma nessun designer fra i nostri dipendenti, perché lavoriamo con freelance che selezioniamo a seconda del progetto. Dato che ci piace che possano lavorare con materiale concreto, a volte li contattiamo solo dopo che abbiamo tutto pron-

Bien que Phaidon ait des bureaux à Londres, New York et Paris, et emploie 120 personnes, nous sommes une maison d'édition relativement modeste, qui publie environ 60 à 80 nouveaux titres par an. Les gros joueurs, dans la branche, font paraître des centaines de livres chaque année.

À côté des nouvelles publications, nous travaillons beaucoup sur notre fonds. L'effort et l'argent qu'on investit dans un livre, nous trouvons qu'ils sont gaspillés si le livre ne dure qu'une saison. Il est clair que cette logique a son impact sur le genre de sujets que nous retenons, sur le design graphique que nous choisissons et sur la manière dont les livres sont organisés. Pour nous, réaliser un livre prend deux ou trois ans au minimum. Si bien que nous ne pouvons pas tenter de suivre quelque mode que ce soit, parce qu'au bout de trois ans, une fois le livre prêt, nous arriverions trop tard.

Nous sommes deux éditrices. Je suis responsable de l'architecture, du design et des livres de cuisine, et ma collègue s'occupe des arts visuels, de la culture populaire et des ouvrages pour enfants. Nous avons un certain nombre de responsables d'édition, et des responsables de projets senior et junior. Les éditeurs et les conseillers mettent les projets sur la table, mais nous encourageons toute l'équipe éditoriale à venir avec des idées et des suggestions. Nous avons un colloque hebdomadaire avec environ 20 personnes de Londres, New York et Paris, où chacune peut commenter les idées et les projets. C'est une manière très ouverte et souple de travailler. Beaucoup de nos livres sont nés de ces discussions internes. Nous recevons bien sûr des tonnes de propositions. Alors que certaines contiennent des idées intéressantes, nous nous demandons parfois si les gens essayent vraiment de savoir ce que nous publions avant de nous contacter.

Une fois que nous soumettons le projet au conseil d'administration pour approbation, il doit déjà avoir un budget, et nous devons avoir évalué les livres concurrents dans le domaine ; de même, nous devons arriver avec des idées pour le format, le

234	Publisher Name	Type	Category	Address	Phone	Website	Founding year	Employees	Published books in 2020	Published books in total	Countries of distribution

are also books that require the designer to be involved at earlier stages, to help select and structure the material, and to develop the content to the level that we are envisaging.

In my view, digitisation has made it more challenging to make books. When I started to work for Phaidon in 2001, a monograph was the only way for an artist or an architect to show their work to a larger audience. Websites had terrible images, the navigation was complicated and no one really visited them. Nowadays, websites have become incredible tools; there are no restrictions in terms of space, of entry points, and they can be very sophisticated. They offer a lot of options for presenting works to a large audience. Then again, the complexity of websites can turn into a weakness, when it becomes simply too much, and you don’t have a direction. That’s why I think books have found a new role in the specific ways that they present material: in the editing, sequencing, in providing selected points of view and in narration and interpretation. But this also means that a book project needs to be approached much more creatively than 20 years ago, when a standard monograph showed work in a chronological order.

The Nike book was a very interesting experience for us. When we approached them with the idea, they responded enthusiastically, and they gave us a lot of freedom. But Nike is so huge you cannot even define it, and navigating through their structure was sometimes complicated. They are used to working with big agencies, they have a very strong corporate identity, and they are very much aware of the power of communication and graphic design. However, we suggested to collaborate with designers who were not part of the Nike world, who would approach the subject with fresh eyes, from the point of view of a Nike fan rather than an insider. We invited a couple of young designers to make proposals, including Maximage.

Maximage actually delivered almost the entire concept for the book right away. Compared to the others, they were also more daring, for example not using the corporate font, and not even putting the logo on the cover. We presented this to the people at Nike and they loved it. And at a closer look you can actually see

haben unsere eigene künstlerische Leitung und eine Leitung für die Gestaltung, aber keine angestellten Gestalterinnen und Gestalter, da wir mit Freischaffenden arbeiten, die wir je nach Projekt auswählen. Weil wir möchten, dass sie mit konkretem Material arbeiten, kontaktieren wir sie manchmal erst, wenn alles bereit ist. Aber das ist nicht immer so. Bei einigen Büchern muss die Gestaltung schon früher mit einbezogen werden, um beim Auswählen und Strukturieren des Materials mitzuhelfen und den Inhalt auf das Niveau zu bringen, das wir anstreben.

Nach meiner Wahrnehmung haben sich durch die Digitalisierung die Ansprüche an die Buchproduktion erhöht. Als ich 2001 bei Phaidon anfang, war eine Monografie das einzige Mittel, mit dem beispielsweise ein Künstler oder eine Architektin ihre Arbeit einem grösseren Publikum vorstellen konnte. Die Websites damals hatten schreckliche Bilder, waren unübersichtlich, und eigentlich besuchte sie niemand. Heute sind Websites unglaubliche Werkzeuge, die grenzenlose Räume und zahllose Einstiegs-punkte offerieren, und sie können sehr raffiniert sein. Sie bieten viele verschiedene Möglichkeiten, um Arbeiten einem grossen Publikum bekannt zu machen. Aber ihre Komplexität kann auch zu einem Nachteil werden, wenn es einfach zu viel wird und die Orientierung verloren geht. Meines Erachtens haben deshalb Bücher heute eine neue Funktion in ihrer spezifischen Art und Weise gefunden, wie sie Inhalte präsentieren: im Auswählen, Anordnen und Zeigen von ausgewählten Blickpunkten, im Erzählen und Interpretieren. Das heisst aber auch, dass ein Buch viel kreativer umgesetzt werden muss als noch vor 20 Jahren, als eine Standardmonografie die Arbeit in chronologischer Reihenfolge zeigte.

Das Nike-Buch war eine interessante Erfahrung für uns. Als wir Nike die Idee zeigten, waren sie begeistert und gaben uns viel Freiheit. Die Firma ist aber so gross, dass sie sich kaum fassen lässt, und die Orientierung innerhalb der Firmenstruktur war manchmal schwierig. Zudem arbeitet Nike mit grossen Agenturen und hat eine sehr starke Corporate Identity. Die zuständigen Leute sind sich der Macht der Kommunikation und der grafischen Gestaltung sehr bewusst.

to. Ma non è una regola fissa: ci sono anche libri per cui serve coinvolgere il designer nelle fasi iniziali, per aiutare a selezionare e strutturare il materiale e sviluppare il contenuto al livello che abbiamo in mente.

Secondo me il digitale ha reso la realizzazione di libri più stimolante e impegnativa. Quando ho iniziato a lavorare per Phaidon nel 2001, l’unico modo in cui un’artista o un architetto potesse mostrare il suo lavoro a un pubblico più ampio era la monografia. I siti web avevano immagini terribili, la navigazione era complicata e nessuno li visitava davvero. Oggigiorno, le pagine web sono strumenti incredibili, non ci sono limiti di spazio, i punti d’accesso sono infiniti, e possono essere molto sofisticate. Offrono una molteplicità di opzioni per presentare le opere a un vasto pubblico. Tuttavia, la complessità di un sito può diventarne il tallone d’Achille: quando è troppa, disorienta. Ecco perché penso che i libri abbiano trovato un nuovo ruolo nelle modalità specifiche con cui presentano il materiale: nell’editing, nell’ordine dato agli elementi, nell’offrire determinati punti di vista, nella narrazione e nell’interpretazione. Ma ciò significa anche che un progetto di libro va affrontato con molta più creatività di 20 anni fa, quando una monografia standard mostrava le opere in ordine cronologico.

Per noi il libro per Nike è stato un’esperienza oltremodo avvincente. Quando gli abbiamo presentato l’idea, hanno reagito con entusiasmo, e ci hanno dato praticamente carta bianca. Ma Nike è una realtà mastodontica, impossibile da definire, e orientarsi nella sua struttura non è stato sempre agevole. Sono abituati a lavorare con grandi agenzie, hanno una fortissima identità aziendale, e sono ben consapevoli del potere della comunicazione e del graphic design. Tuttavia, abbiamo suggerito di collaborare con designer esterni al mondo Nike, che si sarebbero avvicinati al tema con occhi nuovi, dal punto di vista di un fan del marchio piuttosto che di un addetto ai lavori. Abbiamo chiesto a qualche giovane designer di farci delle proposte: tra questi c’era Maximage.

Maximage in sostanza ci ha fornito il *concept* di quasi tutto il libro subito. Rispetto agli altri, azzardavano anche di più, per esempio con la scelta di non usare il font aziendale e di non mettere nemmeno il logo sulla copertina.

tirage, le prix de vente, etc. Notre maison compte une direction artistique et une direction du design, mais pas d’équipe de designers, car nous travaillons avec des designers indépendants que nous choisissons en fonction du projet. Comme nous aimons qu’ils soient en mesure de travailler avec du matériau concret, il arrive que nous ne les contactons qu’au moment où de notre côté tout est déjà prêt. Mais cela dépend. Il y a aussi des livres qui demandent que le designer soit impliqué dès les phases initiales, pour nous aider à choisir et à structurer le matériau, et pour mettre en valeur le contenu avec la qualité que nous souhaitons.

Je trouve qu’avec la numérisation, la réalisation d’un livre est devenue plus exigeante. Quand j’ai commencé à travailler pour Phaidon, en 2001, une monographie était le seul moyen pour un artiste ou un architecte de faire connaître son œuvre à un large public. Les sites web avaient des images d’une qualité déplorable, la navigation était compliquée, et personne ne les visitait vraiment. De nos jours, les sites web sont devenus des instruments formidables, on n’y rencontre pas de restrictions en termes d’espace ou de points d’entrée, et ils peuvent être très élaborés. Ils offrent une pléiade d’options pour présenter les œuvres à un large public. C’est vrai que la complexité de ces sites peut devenir une faiblesse : il est si simple d’y naviguer qu’on ne sait plus où aller. C’est pourquoi je pense que les livres ont trouvé un nouveau rôle ; une manière spécifique de présenter le matériau, dans le montage, le séquençage, l’offre de points de vue choisis, ainsi que dans la narration et l’interprétation. Mais cela signifie aussi qu’un projet de livre doit être abordé d’une manière plus créative qu’il y a 20 ans, lorsqu’une monographie standard présentait une œuvre dans son ordre chronologique.

Le livre sur Nike fut pour nous une expérience très intéressante. Lorsque nous leur avons suggéré l’idée, ils se sont montrés enthousiastes et nous ont laissé une très grande liberté. Mais Nike est si énorme qu’on ne peut même pas le définir, et naviguer dans leur structure était parfois compliqué. Ils ont l’habitude de travailler avec de grosses agences, ils ont une image de marque très affirmée et sont très conscients du pouvoir de la communication et du design graphique. Cependant nous avons

235	Publisher Name	Type	Category	Address	Phone	Website	Founding year	Employees	Published books in 2020	Published books in total	Countries of distribution

that the design reflects some of the interests of Nike in subtle ways. For example, the two colours used on the cover are special colours owned by Nike. Inside, parts of the information are structured in a way that recalls the design of Nike shoe boxes. And on some pages Maximage experimented with printing several layers, which Nike does for their apparel too. So while Maximage avoided using the corporate elements, they operated with innovations in certain details of the book that come very close to how Nike works.

The print run of our books varies greatly, from 3,000 to 100,000. We have been working with a number of printers from various countries – including Italy, Malaysia and China – on a regular basis for many years. In each case, we choose the printer according to the particularities of a book. The choice is also determined by where the paper is sourced, and how much manual work is involved. According to our experience, the success of a book largely lies in selecting the right print run. There are books that are very successful because you print 3,000 copies and you sell them out. Others are not successful because you print 20,000 and sell only half of them. So determining a reasonable print run is key. Later one can always reprint from the backlist. Of course the unit costs decrease with larger print runs, but this is not so relevant compared to the problems you run into when the unsold books stay in a warehouse.

For distribution we have in-house representatives all over the world, and we also work with specialised distributors. Our aim is to reach the smallest independent bookstores as well as the big online retailers. For promotion, we would do a lot of live events around the books, but the pandemic forced us to change that for now. We did some online events instead. We also do advertising with Instagram and social media. And we try to create awareness for our books on social media through people from our community, including authors or people that are in the books. They are not professional influencers but are active on social media, so we send them a book and see what they do.

A memorable example was a book on Anni and Josef Albers that we published in 2020. There is a little story in the book about

Wir schlugen hingegen vor, mit Gestalterinnen und Gestaltern zu arbeiten, die nicht zur Nike-Welt gehörten – die unvoreingenommen an das Thema herangehen würden, eher aus der Sicht von Nike-Fans als von Insidern. Wir luden einige jüngere Studios ein, Vorschläge einzureichen, darunter Maximage.

Maximage lieferten als einzige von Anfang an ein fast vollständiges Konzept für das Buch. Im Vergleich zu den anderen wagten sie auch mehr. Beispielsweise verwendeten sie nicht die Schrift der Corporate Identity und setzten das Logo nicht auf den Umschlag. Wir zeigten es den Leuten von Nike, und sie waren sehr angetan. Beim genaueren Hinsehen wird deutlich, dass das Design einige Themen von Nike subtil aufnimmt. Die beiden Farben auf dem Umschlag sind zum Beispiel spezielle Farben, für die Nike die Rechte besitzt. Im Innern erinnert die Struktur der Informationen manchmal an das Design der Nike-Schuhkartons, und auf einigen Seiten experimentierten Maximage mit mehreren Druckschichten, was Nike bei der Kleidung ebenfalls macht. Während Maximage also auf die Corporate-Design-Elemente verzichtete, arbeiteten sie mit innovativen Gestaltungs-Details, die der Arbeitsweise von Nike sehr nahekommen.

Die Auflagen unserer Bücher variieren stark, von 3000 bis 100 000. Wir arbeiten seit vielen Jahren regelmässig mit Druckereien aus verschiedenen Ländern wie Italien, Malaysia oder China zusammen. Wir wählen sie jeweils den Besonderheiten des Buches entsprechend aus. Zudem wird die Auswahl vom Herstellungsort des Papiers und vom Anteil der Handarbeit beeinflusst. Unsere Erfahrung hat gezeigt, dass der Erfolg eines Buches zu einem grossen Teil in der richtigen Auflage liegt. Einige Bücher sind erfolgreich, weil sie eine Auflage von 3000 Exemplaren haben und vergriffen sind. Andere sind nicht erfolgreich, weil von 20 000 Exemplaren nur die Hälfte verkauft wird. Eine angemessene Auflage ist also entscheidend. Später kann immer noch von der Backlist gedruckt werden. Natürlich sinken die Kosten pro Exemplar, wenn die Auflage grösser ist, aber das ist nicht so relevant in Anbetracht der Schwierigkeiten, die sich durch unverkaufte Bücher in den Lagerhallen stellen.

Abbiamo presentato il progetto ai nostri contatti presso l’azienda e ne sono andati pazzi. E guardando con più attenzione si vede che il design riflette la realtà di Nike, ma in modo meno immediato. Ad esempio, i due colori utilizzati sulla copertina sono colori speciali di proprietà di Nike. All’interno, la struttura di alcune informazioni richiama il design delle scatole delle scarpe Nike. E su alcune pagine Maximage ha sperimentato la stampa multistrato, una tecnica usata anche da Nike per i suoi capi d’abbigliamento. Così, anche se non si ritrovano gli elementi aziendali, le innovazioni di certi dettagli del libro si avvicinano molto al modo di lavorare di Nike.

La tiratura dei nostri libri varia tantissimo, da 3000 a 100 000 copie. Da molti anni collaboriamo regolarmente con diverse tipografie di vari Paesi – tra cui Italia, Malesia e Cina. Scegliamo lo stampatore volta per volta in base alle particolarità del libro. La scelta è determinata anche dalla provenienza della carta e dalla quantità di lavoro manuale richiesto. Secondo la nostra esperienza, il successo di un libro è determinato in gran parte dalla giusta tiratura: alcuni titoli si ripagano subito perché ne stampi 3000 copie e le vendi tutte, altri sono veri flop perché ne stampi 20 000 ma ne vendi solo la metà. Quindi, trovare una tiratura ragionevole è fondamentale. Nulla vieta di ristampare dalla *backlist* in un secondo momento. Ovviamente i costi unitari diminuiscono all’aumentare della tiratura, ma è una considerazione di poco conto rispetto al problema di tenere in magazzino dei libri invenduti.

Per la distribuzione abbiamo rappresentanti interni sparsi per il mondo e collaboriamo anche con distributori specializzati, in modo da poter agire ad ampio spettro, dalle piccole librerie indipendenti ai grandi rivenditori online. L’attività promozionale comprende in genere innumerevoli presentazioni dal vivo, ma per ora la pandemia ci ha costretti a cambiare rotta – abbiamo tenuto alcuni eventi online. Facciamo anche pubblicità via Instagram e sui social, cercando di portare l’attenzione sui nostri libri con il coinvolgimento di membri della nostra community, tra cui autrici e autori o persone menzionate nei libri. Non sono influencer professionisti ma sono comunque attivi sui social media, quindi spediamo loro un libro e vediamo cosa succede.

suggéré de collaborer avec des designers qui n’appartenaient pas au monde de Nike, et qui aborderaient le sujet avec un regard neuf, du point de vue du fan de Nike plutôt que de l’initié. Nous avons invité quelques jeunes designers à faire des propositions, y compris Maximage.

Le fait est que Maximage a livré immédiatement le concept du livre dans sa presque totalité. Comparés aux autres, ils étaient aussi plus audacieux, par exemple dans leur choix de ne pas recourir à la police de caractères de l’entreprise, en évitant même de mettre son logo sur la couverture. Nous avons présenté cela aux gens de Nike et ils ont aimé. Et si l’on y regarde de plus près on peut voir qu’en fait le design reflète de manière subtile certains des intérêts de cette entreprise. Par exemple, les deux couleurs utilisées sur la couverture sont des couleurs spéciales, propriétés de Nike. À l’intérieur du livre, certaines parties de l’information sont structurées d’une manière qui rappelle le design des boîtes à chaussures de Nike. Et sur certaines pages, Maximage a expérimenté l’impression en plusieurs couches, ce que Nike fait aussi pour ses vêtements. Donc si Maximage a évité d’employer le vocabulaire de l’entreprise, il a apporté, dans certains détails du livre, des innovations qui se rapprochent beaucoup de la manière dont Nike travaille.

Le tirage des livres est extrêmement variable, de 3000 à 100 000 exemplaires. Nous avons travaillé de manière régulière, durant nombre d’années, avec beaucoup d’imprimeries de différents pays – y compris l’Italie, la Malaisie et la Chine. Dans chaque cas, nous choisissons l’imprimerie en fonction des particularités d’un livre. Notre choix est également déterminé par l’origine du papier, et par la quantité de travail manuel impliqué. D’après notre expérience, le succès d’un livre repose largement sur le bon choix du tirage. Il y a des livres qui ont beaucoup de succès parce que vous en tirez 3000 exemplaires et que vous les vendez tous. D’autres n’ont pas de succès parce que vous en tirez 20 000 exemplaires et n’en vendez que la moitié. Autrement dit, il est essentiel de déterminer un tirage raisonnable. Plus tard, on peut toujours réimprimer un ouvrage du fonds. Bien sûr, le prix à l’unité décroît pour les gros tirages, mais cela ne compte pas en regard des problèmes que vous

Publisher Name	Type	Category	Address	Phone	Website	Founding year	Employees	Published books in 2020	Published books in total	Countries of distribution
Michelle Obama having picked two Albers paintings for her dining room at the White House back when she moved there in 2008. Through a foundation we were able to send her the book and in response she re-tweeted something we had posted. It's amazing for us that someone like her took the time to read the book and enjoyed it, and let others know about it. Such endorsements have become a crucial tool for us, but they are always focused on the subject matter and based on personal relationships.					Für den Vertrieb haben wir haus-eigene Vertreterinnen und Vertreter auf der ganzen Welt präsent, und wir arbeiten auch mit spezialisierten Vertrieben zusammen. Unser Ziel ist es, die kleinsten unabhängigen Buchhandlungen ebenso zu erreichen wie die grossen Online-Verteiler. Für die Werbung organisieren wir normalerweise viele Veranstaltungen zu unseren Büchern, aber das mussten wir wegen der Pandemie im Moment ändern. Wir führten stattdessen einige Online-Anlässe durch. Wir werben auch über Instagram und Social Media, wo wir durch Bezugspersonen aus unserem Umfeld auf unsere Bücher aufmerksam machen möchten, etwa durch Autorinnen und Autoren oder Leute, die in den Büchern porträtiert werden. Sie sind keine professionellen Influencer, aber auf Social Media aktiv. Also schicken wir Ihnen ein Buch und schauen, was sie damit machen.			Un esempio che non dimenticherò mai è un libro su Anni e Josef Albers che abbiamo pubblicato nel 2020. Il libro contiene una breve storia su Michelle Obama, che aveva scelto di rimettere due dipinti di Albers nella sala da pranzo quando si trasferì alla Casa Bianca nel 2008. Attraverso una fondazione siamo riusciti a farle avere il libro e in risposta lei ha ritwittato un nostro post. È incredibile per noi che una persona come lei si sia presa il tempo di leggere il libro, lo abbia apprezzato e abbia deciso di farlo sapere. Raccomandazioni di questo tipo sono diventate uno strumento cruciale per noi, ma sono sempre legate all'argomento e si basano sulle relazioni personali.		rencontrez lorsque vos invendus restent dans l'entrepôt.
					Ein diesbezüglich besonders glücklicher Fall war das Buch über Anni und Josef Albers, das wir 2020 publizierten. Darin gibt es eine Anekdote über Michelle Obama, die zwei Albers-Bilder für ihr Esszimmer im Weissen Haus auswählte, als sie 2008 dort einzog. Über eine Stiftung konnten wir ihr das Buch schicken, und sie reagierte auf Twitter auf einen unserer Posts. Für uns ist das grossartig, dass sie sich die Zeit nahm, das Buch zu lesen und andere wissen zu lassen, dass es ihr gefiel. Solche Unterstützungen sind für uns heute ein wichtiges Werbemittel, aber sie sind wie gesagt immer auf die einzelnen Inhalte fokussiert und beruhen auf persönlichen Beziehungen.					Pour la distribution, nous avons des représentations dans le monde entier, et nous travaillons aussi avec des maisons de distribution spécialisées. Notre but est de toucher les plus petites librairies indépendantes aussi bien que les gros revendeurs en ligne. Pour la promotion, nous aimerions organiser toute une série d'événements autour des livres, mais la pandémie nous contraint actuellement à changer cela. En lieu et place, nous avons proposé quelques événements en ligne. Nous faisons également de la publicité sur Instagram et les réseaux sociaux.
					Et nous essayons de faire connaître nos livres sur ces réseaux par des gens liés à notre communauté, y compris par des gens liés à notre communauté qui ont collaboré ou qui figurent dans les livres. Ce ne sont pas des <i>influenceurs</i> professionnels mais des personnes actives sur les réseaux sociaux. Donc nous leur envoyons un exemplaire et nous regardons ce qu'ils en font. Un exemple mémorable, ce fut le livre consacré à Anni et Josef Albers, que nous avons publié en 2020. Une anecdote s'y rattache : Michelle Obama avait choisi deux tableaux d'Albers pour sa salle à manger à la Maison Blanche quand elle s'y est installée en 2008. Par le biais d'une fondation, nous avons pu lui envoyer le livre et en réponse elle a retweeté quelque chose que nous avions posté. Il est extraordinaire pour nous qu'une personne comme elle ait pris le temps de lire le livre, qu'elle l'ait aimé et l'ait fait savoir à d'autres. De tels appuis sont devenus un instrument crucial pour nous, mais ils sont toujours en lien étroit avec le sujet et basés sur des relations personnelles.					
Pierre von Kleist editions	Independent publisher	Art / Photography	Avenida EUA, 12, 7-esq, 1700-175 Lisboa (PT)		pierrevonkleist.com	2009	3	3	44	Europe, Japan, USA
Prestige Graphique	Self-publisher	Art	Chemin du Pont-du-Centenaire 114, 1228 Plan-les-Ouates, Genève	+41227061818	i-pg.ch	2017	15	2	3	Switzerland
Prima.Publikationen	Independent publisher	Art / Design / Photography	Haltingerstrasse 13, 4057 Basel		primapublikationen.com	2010	3	3	12	Worldwide

Publisher Name	Type	Category	Address	Phone	Website	Founding year	Employees	Published books in 2020	Published books in total	Countries of distribution
pudelundpinscher	Independent publisher	Art / Textbooks	Bürglistrasse 19, 8820 Wädenswil	+41418790005	pudelundpinscher.ch	2006	2	3	42	Austria, Germany, Switzerland
Riccardo Banfi	Self-publisher	Art / Photography	Via Sidoli 7, 20129 Milano (IT)	+393476692945	riccardobanfi.com	2014	1	1	3	Europe
Rothus Medien AG	Commercial publisher	General interest / Photography / Textbooks / Thematic books / Other	Schöngrünstrasse 2, 4500 Solothurn	+41326264030	rothus.ch	1992	10	6	155	Germany, Switzerland
Saatgut Verlag	Independent publisher	Architecture / Art / Children's books / General interest / Photography / Textbooks / Thematic books	Mühlewiesenweg 3A, 8500 Frauenfeld	+41764758655	saatgut.tg	2019	5	2	1	Austria, Germany, Switzerland
Sarasin Art					sarasinart.ch					
sam scherrer contemporary	Independent publisher	Art / Thematic books	Kleinstrasse 16, 8008 Zürich	+41442604433	samscherrer.ch	2008	3	1	10	Switzerland
School of Observation	Self-publisher	Art / Children's books / Thematic books	Boxhagener Straße 110, 10245 Berlin (DE)	+4917699226157	schoolofobservation.com	2014	2	1	5	Worldwide
Serpentine Galleries	Institutional publisher	Architecture / Art / Children's books / Cookbooks / Photography	Kensington Gardens, London W2 3XA (UK)	+442074026075	serpentinegalleries.org	1970	54	3		Worldwide
SILVANA EDITORIALE	Independent publisher	Architecture / Art / Photography / Other	Via dei Lavoratori 78, 20092 Cinisello Balsamo (IT)	+390245395101	silvanaeditoriale.it	1948	64	180	>3000	Europe, UK, USA
Simonett & Baer	Independent publisher	Architecture / Art / Photography / Textbooks / Thematic books	St.Alban-Vorstadt 68, 4052 Basel	+41612713195	simonettbaer.com	2014	2	7	28	Worldwide
SJW Schweizerisches Jugendschriftenwerk / OSL Œuvre Suisse des Lectures pour la Jeunesse / ESG Edizioni Svizzere per la Gioventù / OSL Ovra Svizra da Lectura per la Guiventetgna	Institutional publisher	Children's books	Üetlibergstrasse 20, 8045 Zürich	+41444624940	sjw.ch, osl.ch, esg-edizioni.ch	1931	8	20	2653	Germany, Switzerland

254	Publisher Name	Type	Category	Address	Phone	Website	Founding year	Employees	Published books in 2020	Published books in total	Countries of distribution

end of 2018 the committee was reinvigorated with the arrival of a number of students, including me. After having published four books in 2019 which had been initiated by the former committee members, the new committee chose as its first publication for 2020 *Lettres patoises*.

We are a small outfit – publishing between two and four books a year – but we are currently growing and becoming more professional. We are in the process of separating our publishing operations more clearly from the institution’s other work, which involves many groups with widely varying activities. The SJE has circles devoted to literature, science, art and more. In order to strengthen the institutional framework for our publication activities, we have obtained support from a number of quarters, in particular subsidies from the Conférence intercantonale de l’instruction publique (CIIP) and the Swiss Confederation.

There are two ways that publication projects get off the ground. The first is when someone brings them to us, as with the book *Lettres patoises*, and the publishing committee then decides whether or not to publish them. The second involves projects initiated by us, and are motivated, for example, by a desire to raise awareness of young writers or artists from the Jura. The process is overseen by the SJE’s management board, though we are given a great deal of freedom. With the new committee we decided to name two people as responsible for each project, because we are a group of young students without much experience and we really appreciate having a second pair of eyes to look at the work we’re doing.

The SJE allocates an annual budget for publications. Because we work as volunteers, the costs of producing the books can be covered in full by the subsidies and the sale proceeds. It’s a huge amount of work, but we are fortunate to have some very loyal partners on board, including the Loterie Romande and the Canton of Jura’s Office de la culture. For us, the primary aim is to produce books that don’t incur losses. Given reasonable production costs and fair prices for buyers, we rarely make a profit. The financial aspect isn’t a priority for us: our work is first and foremost about promoting culture. Any surplus is reinvested in new books or

arbeiten. Ende 2018 wurde die Kommission erneuert, und mehrere Studierende kamen dazu, darunter ich selbst. Nachdem 2019 vier von den Mitgliedern der Vorgängerkommission angeregte Bücher erschienen, publizierte die neue Kommission 2020 ihr erstes Buch *Lettres patoises*.

Wir sind ein kleiner Verlag mit zwei bis vier Veröffentlichungen pro Jahr, befinden uns aber zurzeit in einer Phase des Wachstums und der Professionalisierung. Wir arbeiten an einer besseren Trennung der Verlagstätigkeit von den übrigen Aktivitäten der *Société jurassienne d’émulation*, die aus zahlreichen, vielfältig aktiven Kreisen besteht. Dazu gehören unter anderem literarische, wissenschaftliche und künstlerische Sektionen. Um den Verlag weiter zu institutionalisieren, wurden wir mehrfach unterstützt, insbesondere mit Subventionen der Interkantonalen Erziehungsdirektorenkonferenz der französischen Schweiz und des Tessins (CIIP) sowie des Bundes.

Publikationsprojekte können bei uns auf zwei verschiedene Arten entstehen. Zum einen werden uns Projekte angetragen, wie das Buch *Lettres patoises*, und die Verlagskommission entscheidet dann, ob sie diese publiziert. Zum anderen lancieren wir Projekte selbst, um beispielsweise junge Autorinnen und Autoren oder Kunstschaffende aus dem Jura bekannt zu machen. Die Leitung der Société jurassienne d’émulation beaufsichtigt alle Prozesse, lässt uns aber grosse Freiheit. In der neuen Kommission haben wir entschieden, für jedes Projekt zwei Verantwortliche zu ernennen, da mehrere von uns noch im Studium sind und wenig Erfahrung haben. Wir schätzen diesen gemeinsamen Blick auf ein Werk sehr.

Die *Société* stellt uns für die Publikationen ein Jahresbudget zur Verfügung. Da wir ehrenamtlich arbeiten, können die gesamten Publikationskosten durch die Subventionen und den Verkauf der Bücher getragen werden. Die Arbeit ist extrem aufwändig, aber wir haben das Glück, von sehr verlässlichen Partnern unterstützt zu werden, namentlich von der *Loterie Romande* und vom Amt für Kultur des Kantons Jura. Es geht uns darum, dass die Bücher keinen Verlust machen. Mit den beachtlichen Produktionskosten und vernünftigen Endpreisen lassen sich selten Gewinne erzielen. Das Finanzielle ist jedoch nicht unser Ziel, wir setzen uns vor allem für die Förde-

volontaria. Alla fine del 2018 la commissione editoriale è stata rinnovata e ha visto l’arrivo di diversi studenti, me compresa. Dopo aver pubblicato nel 2019 quattro libri voluti dalla commissione precedente, la prima pubblicazione dei nuovi responsabili è stata, nel 2020, *Lettres patoises*.

Siamo una casa editrice di dimensioni modeste, che pubblica da due a quattro libri l’anno – al momento ci stiamo ampliando e professionalizzando. Stiamo inoltre lavorando per separare meglio le attività editoriali dagli altri variegati ambiti di impegno della SJE, che conta sezioni letterarie, scientifiche, artistiche ecc. Per dare un carattere più istituzionale all’editoria abbiamo ottenuto varie forme di supporto, tra cui una sovvenzione dalla Conferenza intercantonale dell’istruzione pubblica della Svizzera romanda e del Ticino (CIIP) e un sussidio federale.

Ci sono due modi per avviare un progetto di pubblicazione. Alcuni sono idee che ci vengono presentate, come il libro *Lettres patoises*, che la commissione editoriale può scegliere o meno di pubblicare. Altri progetti nascono da noi, sulla spinta del desiderio di far conoscere per esempio giovani autori e autrici o artisti e artiste del Giura. Il processo è supervisionato dal comitato direttivo della SJE, che comunque ci lascia ampio margine di manovra. Con la nuova commissione abbiamo deciso di nominare due responsabili per ogni progetto, perché siamo diversi giovani studenti senza grande esperienza e riteniamo essenziale che l’opera riceva un duplice sguardo.

La SJE stanzia un budget annuale per le pubblicazioni. Poiché lavoriamo su base volontaria, i costi di produzione possono essere coperti interamente dalle sovvenzioni e dalle vendite. È un lavoro colossale, ma per nostra fortuna ci seguono partner fedelissimi, tra cui la Loterie Romande e l’Ufficio della cultura del Cantone del Giura. L’essenziale per noi è avere dei libri che non generano perdite. Avendo costi di produzione considerevoli e prezzi di vendita accettabili, è raro che vi siano dei profitti. Il lato economico non rientra fra i nostri obiettivi: abbiamo anzitutto alla promozione della cultura. L’eventuale eccedenza viene reinvestita in nuovi libri o nella trasformazione e professionalizzazione della struttura.

jurassienne et qui travaillent bénévolement. Fin 2018, la commission a été renouvelée avec l’arrivée de plusieurs étudiants, dont moi-même. Après avoir publié durant l’année 2019 quatre livres engagés par les membres de la commission précédente, la première publication de la nouvelle commission était, en 2020, le livre *Lettres patoises*.

Nous sommes une petite maison – nous publions entre deux et quatre livres par année – actuellement en voie d’agrandissement et de professionnalisation. Nous sommes en train de mieux séparer les activités éditoriales des autres activités de la Société jurassienne d’émulation, de nombreux cercles avec des activités très variées. La SJE possède des sections littéraires, scientifiques, artistiques, etc. Pour institutionnaliser davantage les éditions, nous avons obtenu de nombreux supports, notamment une subvention de la Conférence intercantonale de l’instruction publique (CIIP) et une subvention fédérale.

Il y a deux manières de démarrer des projets de publication. Il y a des projets qui nous sont apportés, comme le livre *Lettres patoises*, que la commission des éditions choisit ou non de publier. D’autres projets émanent de nous, et sont mus par une volonté de faire connaître de jeunes Jurassiennes et Jurassiens, auteurs, autrices ou artistes, par exemple. Le processus est chapeauté par le comité directeur de la Société jurassienne d’émulation, qui toutefois nous laisse une grande liberté. Avec la nouvelle commission, nous avons décidé de nommer deux personnes responsables par projet, parce que nous sommes plusieurs jeunes étudiants et étudiantes sans grande expérience, et nous apprécions beaucoup d’avoir ce double regard sur un ouvrage.

La société d’émulation alloue un budget annuel pour les publications. Comme nous travaillons bénévolement, les coûts de production des livres peuvent entièrement être supportés par les subventions et par la vente des ouvrages. C’est un travail colossal, mais nous avons la chance d’être suivis par des partenaires très fidèles, notamment la Loterie Romande, mais aussi l’Office de la Culture du Canton du Jura. Pour nous, l’essentiel est d’arriver à des livres qui ne génèrent pas de perte. Avec des coûts respectables pour la production et avec des prix raisonnables pour les acheteurs, on

255	Publisher Name	Type	Category	Address	Phone	Website	Founding year	Employees	Published books in 2020	Published books in total	Countries of distribution

in upgrading and professionalising our structure.

Each year we publish the *Actes* of the SJE, a collection of scientific articles, with sponsors credited at the end. It’s distributed to members of the SJE who pay a subscription, so we don’t need to make money by selling it. But for the other publications, we advertise in the regional media, on our social networks and to our members. We sell them on the SJE’s website and directly to local bookshops as well as libraries. We’re currently looking for sales and distribution partners as part of our drive to professionalise our publishing work.

We insist on printing either in the Canton of Jura or in the Bernese Jura region, and we work with a small number of printers, commissioning them in turns. We also have a small pool of graphic designers from the region. For example, we’ve been working for a number of years with Dimitri Jeannottat, the graphic designer of *Lettres patoises*. He does excellent work. When we were looking for a contemporary and sober design for these historical letters written in patois – which in themselves might seem somewhat uninteresting – we naturally thought of Dimitri. His style was exactly what we were looking for.

Soft Opening London and Charles Asprey	2018	1	1	2	Asia, Europe, UK, USA
Independent publisher					
Art	6 Minerva Street, London E2 9EH (UK)				
	+442038760270				
	softopening.london				

Awarded book: Tenant of Culture

Designers: Ard – Guillaume Chuard, Lausanne / London (UK); Daniel Kang Yoon Nørregaard, London (UK)

A monograph on the Dutch artist Tenant of Culture transposes artistic processes into the medium of the book in surprising ways. The artist (whose real name is Hendrickje Schimmel) glues, sews and ties discarded clothes together to make eclectic objects, and the book is likewise made up of different components. The cover, with a large photo printed on it, consists of two layers of a hard cardboard

rung der Kultur ein. Allfällige Gewinne werden in neue Bücher oder in die Umwandlung und Professionalisierung unseres Verlags investiert.

Jedes Jahr veröffentlichen wir die *Actes de la Société jurassienne d’émulation*, mit Sponsoren, die im Buch erwähnt werden. Die Bücher werden den Mitgliedern der *Société* abgegeben, die einen Jahresbeitrag bezahlen. Diese Publikation muss also nicht verkauft werden. Für die anderen Werke machen wir aber Werbung in den regionalen Medien, über unsere Netzwerke und bei den Mitgliedern. Wir verkaufen die Bücher über die Internetseite der *Société* sowie direkt an lokale Buchhandlungen und an Bibliotheken. Im Hinblick auf die Professionalisierung des Verlags suchen wir im Moment nach einem Versand und einem Vertrieb.

Es ist uns ein Anliegen, abwechselnd mit Druckereien im Jura oder im Berner Jura zusammenzuarbeiten, die wir kennen. Wir verfügen auch über ein Netzwerk an Gestalterinnen und Gestaltern aus der Region. Mit Dimitri Jeannottat, dem Gestalter von *Lettres patoises*, arbeiten wir seit einigen Jahren zusammen, und das passt immer ausgezeichnet. Als wir uns überlegten, wie sich die in Patois verfassten historischen Briefe, die unter Umständen etwas uninteressant erscheinen können, in einer zeitgenössischen und nüchternen Gestaltung publizieren liessen, fiel die Wahl sofort auf Dimitri. Sein Stil entspricht unseren Vorstellungen perfekt.

Ogni anno pubblichiamo gli atti della SJE, nelle cui ultime pagine ringraziamo i vari sponsor. I libri sono distribuiti ai membri che pagano una quota associativa. Quindi questa pubblicazione, nello specifico, non ha come scopo primario la vendita. Altri titoli, invece, li pubblicizziamo sui media regionali, sui profili *social* e presso i nostri membri. Li vendiamo sul sito della SJE e direttamente alle librerie locali e a biblioteche. Nell’intento di professionalizzare la casa editrice siamo attualmente alla ricerca di un promotore e un distributore.

Riteniamo fondamentale stampare nel Giura o nel Giura bernese, e per questo lavoriamo a turno con un piccolo numero di tipografie. Nella regione possiamo contare anche su un piccolo pool di grafici, tra cui Dimitri Jeannottat, il graphic designer delle *Lettres patoises*, con cui collaboriamo da alcuni anni e che ci offre un lavoro di grande qualità. Quando ci siamo chiesti come dare una veste contemporanea e sobria a queste lettere storiche, scritte in *patois* e a prima vista poco interessanti, la scelta di Dimitri si è imposta fra tutte. Il suo era proprio lo stile che cercavamo.

réalise rarement des bénéfices. La dimension financière n’est pas un objectif ; nous œuvrons avant tout pour la promotion de la culture. Le surplus éventuel est réinvesti dans de nouveaux livres ou dans la transformation et la professionnalisation de notre structure.

Nous publions chaque année les *Actes* de la Société jurassienne d’émulation, avec des sponsors crédités à la fin du livre. Les livres sont distribués aux membres de la société qui paient une cotisation. Donc il n’y a pas d’impératif de vente pour cette publication-là. Pour les autres ouvrages, au contraire, on fait de la publicité dans les médias régionaux, sur nos réseaux sociaux et auprès de nos membres. On les vend sur le site Internet de la société, et directement à des librairies locales ainsi qu’à des bibliothèques. Dans l’idée de professionnaliser notre maison, nous sommes actuellement à la recherche d’un diffuseur et d’un distributeur.

Nous tenons absolument à imprimer dans le Jura ou le Jura Bernois, et travaillons avec un petit nombre d’imprimeurs, en effectuant un tournus. Nous bénéficions également d’un petit réservoir de graphistes de la région. Par exemple, nous collaborons depuis quelques années avec Dimitri Jeannottat, le graphiste des *Lettres patoises*. Il fait de l’excellent travail. Quand on s’est demandé comment publier ce matériel de lettres historiques, écrites en patois, qui peut sembler un peu inintéressant, avec un design contemporain et sobre, le choix de Dimitri s’est naturellement imposé. Son style correspondait parfaitement à ce que nous recherchions.

Publisher Name	Type	Category	Address	Phone	Website	Founding year	Employees	Published books in 2020	Published books in total	Countries of distribution
----------------	------	----------	---------	-------	---------	---------------	-----------	-------------------------	--------------------------	---------------------------

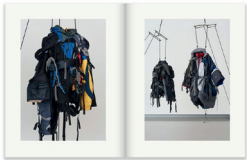
sewn to the book block on the inside, while the spine has a piece of mull glued over it. Inside, large detail views of the sculptures are presented first on a thin high-gloss paper, leaving a narrow white margin free to one side. They are followed by an illustrated essay on light pink paper and then the central picture section containing different-sized photos showing overall views of the objects, each individually on over 50 pages of a thicker high-gloss paper. Finally, a cutting pattern of very thin paper featuring a conversation with the artist on the reverse is folded and bound into the book. Here, the typeface and layout are markedly different from the essay, so that each section of the book has not only its own materiality but also its own design identity. Nevertheless, the result is a harmonious object, as with the sculptures of Tenant of Culture.

teilen zusammengesetzt. Der mit einem grossen Foto bedruckte Umschlag besteht aus zwei Lagen eines harten Kartons, die innen an den Buchblock angenäht sind, und der Buchrücken ist mit einem Stück Heftgaze überklebt. Im Inneren werden zuerst auf einem dünnen Hochglanzpapier grosse Detailansichten der Skulpturen präsentiert, die auf der einen Seite einen schmalen weissen Rand freilassen. Dann folgen ein bebildeter Essay auf einem hellrosa Papier sowie der zentrale Bildteil, der auf über 50 Seiten eines dickeren Hochglanzpapiers jeweils einzelne, unterschiedlich grosse Fotos mit Gesamtansichten der Objekte zeigt. Anschliessend ist ein Schnittmuster aus einem sehr dünnen Papier, dessen Rückseite ein Gespräch mit der Künstlerin zeigt, gefaltet ins Buch eingebunden. Schrift und Layout unterscheiden sich hier deutlich vom Essay, und so hat jeder Buchteil nicht nur eine eigene Materialität, sondern auch eine eigene gestalterische Identität. Dennoch resultiert ein einheitliches Objekt, so wie bei den Skulpturen von Tenant of Culture.

strati di cartone rigido che sul lato interno sono cuciti insieme al blocco libro, e il dorso è coperto da un pezzo di garza. All'interno, il volume si apre con ampie fotografie di dettagli delle sculture su sottile carta lucida, con uno stretto margine bianco su un lato. Seguono un saggio illustrato su carta rosa chiaro e la sezione fotografica centrale, con oltre 50 pagine di carta lucida più spessa che mostrano singole foto di dimensioni variabili con viste d'insieme degli oggetti. In chiusura, su carta molto sottile viene riprodotto un modello d'abito, ripiegato e rilegato insieme al libro, sul cui retro si può leggere una conversazione con l'artista. Qui caratteri e impaginazione differiscono significativamente dalla parte saggistica, così da dare a ogni sezione non solo una propria materialità, ma anche una propria identità grafica. Il risultato è comunque un oggetto omogeneo, come le sculture di Tenant of Culture.

de deux couches de carton épais cousues par l'intérieur au corps d'ouvrage et le dos est recouvert d'une bande de gaze autocollante. Les premières pages sont en papier brillant fin et présentent de grandes vues de détail qui ne laissent subsister qu'une petite marge blanche sur un côté de la page. L'essai illustré qui suit est imprimé sur un papier rose clair. Puis vient la partie centrale de l'ouvrage, les 50 pages du catalogue qui présente sur chaque page une vue d'ensemble d'un objet. Sur un papier plié très fin, encarté à la suite, sont imprimés un patron de couture au recto et une conversation avec l'artiste au verso. Typographie et maquette se différencient ici nettement de l'essai. Ainsi, chaque partie du livre possède non seulement sa propre matérialité mais aussi sa propre identité graphique. L'objet, pourtant, est homogène, comme le sont les sculptures de Tenant of Culture.

Publisher Name	Type	Category	Address	Phone	Website	Founding year	Employees	Published books in 2020	Published books in total	Countries of distribution
----------------	------	----------	---------	-------	---------	---------------	-----------	-------------------------	--------------------------	---------------------------



Somedia Buchverlag		somedia-buchverlag.ch				
Spector Books	2001	8	50	550	Worldwide	
Independent publisher						
Architecture / Art / Design / Photography / Other						
Harkortstraße 10, 04107 Leipzig (DE)						
+4934126451012						
spectorbooks.com						
Spheres Projects	2012	1	1	10	Worldwide	
Independent publisher						
Art						
Hünningerstrasse 8, 4056 Basel						
+41795838994						
spheres-projects.com						
Stämpfli Verlag		staempfliverlag.com				
Sternberg Press	1999		44	850	Worldwide	
Independent publisher						
Architecture / Art / Cultural criticism						
71–75 Shelton Street, London WC2H 9JQ (UK)						
sternberg-press.com						

Awarded book: Elisabeth Wild. Fantasías
Designer: Julia Born, Zürich

In a monograph about the antiques dealer and artist Elisabeth Wild (1922–2020) from Basel, the design reacts to the work with strong gestures but without thrusting itself into the foreground. Wild moved to Guatemala in 2007 to live with her daughter and there, late in life, she created abstract, slightly misshapen and

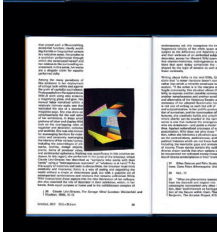
In einer Monografie über die Basler Antiquitätenhändlerin und Künstlerin Elisabeth Wild (1922–2020) reagiert die Gestaltung mit starken Gesten auf das Werk, ohne sich dadurch in den Vordergrund zu drängen. Wild war 2007 zu ihrer in Guatemala lebenden Tochter gezogen und schuf im hohen Alter abstrakte,

In questa monografia dedicata all'antiquaria e artista basilese Elisabeth Wild (1922–2020), il design risponde all'opera con gesti forti senza però imporsi in primo piano. Trasferitasi presso la figlia in Guatemala nel 2007, in vecchiaia Wild ha creato collage astratti, leggermente deformi e dai colori spesso accesi, incollando uno

Dans une monographie sur l'antiquaire et artiste bâloise Elisabeth Wild (1922–2020), des partis pris graphiques forts réagissent à l'œuvre artistique sans jamais devenir prépondérants pour autant. En 2007, Wild était partie vivre auprès de sa fille au Guatemala. Elle commença dès lors à réaliser, à un âge déjà avancé, des collages

Type	Category	Address	Phone	Website
------	----------	---------	-------	---------

often brightly coloured collages using pieces cut from glossy magazines and pasted one on top of another. The book object references the cut-out technique at a first glance, as its light-blue cover and all of the pages are cut off at the right-hand edge. Meanwhile, the collage process is exemplified by an abstract title image made from a piece of pink paper pasted – most unusually – at a slight slant directly onto the book cover, without pre-embossing the respective area, so as to partially obscure some letters of the embossed title. With its matt colours, the cover design also makes for a fascinating contrast with the gaudy contents on high-gloss paper. In some of the illustrated essays, Wild’s slightly misshapen collages are randomly located unusually close to the text, just like the piece of paper on the cover. In between are numerous pages of pictures presenting between one and three works, often standing freely. The endpaper and a small number of pages are made of dark yellow paper and contain poems by the Guatemalan artist Negma Coy. Despite the richness of the material, the overall effect is light and playful.



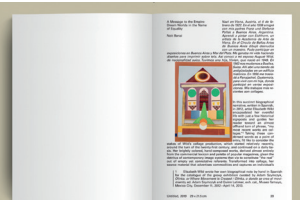
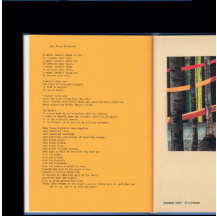
leicht unförmige und oft bunte Collagen, für die sie Ausschnitte aus Hochglanz-Magazinen übereinander klebte. Auf die Technik des Ausschneidens verweist das Buchobjekt bereits auf den ersten Blick dadurch, dass der hellblaue Deckel und sämtliche Seiten am rechten Rand abgeschnitten sind. Währenddessen wird das Collageverfahren durch ein abstraktes Titelbild aus einem Stück rosa Papier exemplifiziert, welches ohne Vorprägung des Buchdeckels leicht schräg so aufgeklebt wurde, dass die geprägte Titelschrift teilweise überdeckt wird. Mit den matten Farben bildet die Umschlaggestaltung einen spannenden Kontrast zum knalligen Inhalt auf Hochglanzpapier. In einigen der bebilderten Aufsätzen sind Wilds leicht unförmige Collagen ähnlich wie das Papierstück auf dem Umschlag in freier Platzierung ungewohnt eng an den Text herangerückt. Dazwischen liegen zahlreiche Bildseiten, die ein bis drei Werke, oft freigestellt, präsentieren. Der Vorsatz und einige wenige Seiten sind aus einem dunkelgelben Papier und zeigen Gedichte der Guatemaltekin Negma Coy. Trotz des reichen Materials wirkt alles leicht und spielerisch.

sull’altro ritagli di riviste lucide. L’oggetto libro richiama la tecnica del ritaglio già al primo sguardo, con la copertina celeste e tutte le pagine che hanno subito un taglio netto lungo il bordo destro. Il procedimento del collage è esemplificato anche da un’immagine di copertina astratta, consistente in un pezzetto di carta rosa incollato leggermente di sbieco sulla copertina non pre-goffrata, così da coprire in parte il titolo goffrato. Con i suoi colori opachi, il design della copertina crea un interessante contrasto con il vivido contenuto presentato su carta lucida. In alcuni dei saggi illustrati, i collage leggermente sformati di Wild sono disposti insolitamente vicini al testo e in posizioni libere, proprio come il pezzo di carta sulla copertina. Tra le varie sezioni di testo si intervallano numerose pagine fotografiche che presentano da una a tre opere, spesso al di fuori di qualsiasi griglia. Il risguardo e alcune pagine sono realizzati in una carta giallo scuro e riportano poesie della guatemalteca Negma Coy. Nonostante l’ampia concentrazione di materiale, tutto si presenta in modo leggero e giocoso.

abstraits très légèrement biscornus et souvent colorés, à partir de fragments découpés dans des magazines sur papier glacé. D’entrée de jeu, l’objet livre renvoie à son sujet : les bords droits des plats bleu clair et des pages ont été coupés, rappelant ainsi la technique du découpage. Le procédé du collage trouve un écho dans l’image abstraite de la couverture. L’étiquette de papier rose a été collée sans marquage et légèrement de travers sur le plat et mord très partiellement sur le texte marqué au film. Les couleurs mates de la couverture forment un contraste saisissant avec le contenu brillant sur papier glacé. Comme l’étiquette sur la couverture, certains collages de Wild illustrent les essais sont placés de manière insolite et sont presque contigus au texte. De nombreuses séquences visuelles séparent les parties textuelles et présentent d’une à trois œuvres par page, souvent reproduites sur fond blanc. Des poèmes de la Guatémalteque Negma Coy sont imprimés sur les gardes ainsi que sur quelques rares pages en papier jaune foncé dans le corps de l’ouvrage. Malgré un matériau très riche, l’ensemble paraît léger et enjoué.



Type	Category	Address	Phone	Website
------	----------	---------	-------	---------



Studio Wyssen Self-publisher Art / Design / Photography / Thematic books / Other Hardturmstrasse 122a, 8005 Zürich +41799143249 jonaswyssen.com	2020	1	1	1	Worldwide
---	------	---	---	---	-----------

Sturm & Drang Publishers Independent publisher Art / Photography Stauffacherstrasse 56, 8004 Zürich sturmanddrang.net	2014	2	4	26	Worldwide
--	------	---	---	----	-----------

Superposition Independent publisher Architecture / Art Hallwylstrasse 75, 8004 Zürich +41786560646 superposition.global	2020	5	1	1	Worldwide
---	------	---	---	---	-----------

Swiss Institute Self-publisher Art 38 St. Marks Place, New York, NY 10003 (US) +19175263171 swissinstitute.net	1986	10			Europe, USA
--	------	----	--	--	-------------

T&P Publishing Independent publisher Architecture / Art / Other 20 Varennes, 43270 Monlet (FR) +33668988155 tpworkunit.com	2014	1	1	11	Europe
--	------	---	---	----	--------

Theater der Zeit	theaterderzeit.de
-------------------------	-------------------

Till Schaap	tillschaapedition.ch
--------------------	----------------------

Publisher Name	Type	Category	Address	Phone	Website	Founding year	Employees	Published books in 2020	Published books in total	Countries of distribution
transcript Verlag						transcript-verlag.de				
tria publishing platform						2015	3	4	10	Worldwide
Independent publisher										
Art										
Dorfstrasse 40, 8037 Zürich / Minanjie 602, Dongcheng, 100007 Beijing (CN)										
+41767672758 / +8615210852620										
tria.ch										
Triest Verlag für Architektur, Design und Typografie						2015	2	10	42	Worldwide
Independent publisher										
Architecture / Design										
Hohlstrasse 400/A, 8048 Zürich										
triest-verlag.ch										
trotz allem Verlag						trotzallem.ch				
TSAR Books						2012	1	1	24	Belgium, France, Germany, Italy, USA
Independent publisher										
Art										
Rue des Deux-Marchés 9, 1800 Vevey										
+41794489164										
tsarbooks.ch										
Ubu Gallery						1994	3	1	16	Worldwide
Institutional publisher										
Architecture / Art / Photography / Other										
416 East 59th Street, New York NY 10022 (US)										
+12127534444										
ubugallery.com										
Urgent Paradise						urgentparadise.ch				
Urschner Gschichtä						2020	2	1	1	Switzerland
Self-publisher										
Children's books										
Gotthardstrasse 80, 6490 Andermatt										
+41793892770										
Valexpérience.com Sàrl						2019	2	2	5	Switzerland
Independent publisher										
Children's books / Design / Thematic books										
Rue des Mazots 10b, 3960 Sierre										
+41794611750										
valexpérience.com										
Valiz, book and cultural projects						2003	4	22	~180	Worldwide
Independent publisher										
Architecture / Art / Design / Textbooks / Other										
Postjesweg 1, Studio K34-K36, Het Sieraad, 1057 DT Amsterdam (NL)										
+31206764144										
valiz.nl										
Vaudoise Assurances						1895				Switzerland
Self-publisher										
Photography										
Place de Milan, 1001 Lausanne										
+41216188080										
vaudoise.ch										

Publisher Name	Type	Category	Address	Phone	Website	Founding year	Employees	Published books in 2020	Published books in total	Countries of distribution
Verlag der Buchhandlung Walther und Franz König						1968	3	143	Asia, Europe, USA	
Independent publisher										
Architecture / Art / Design / Photography / Other										
Ehrenstrasse 4, 50672 Köln (DE)										
+02212059653										
buchhandlung-walther-koenig.de										

Awarded book: Matthew Lutz-Kinoy, Natsuko Uchino. Keramikos
Designers: Norm – Dimitri Bruni, Manuel Krebs, Ludovic Varone, Zürich

A large-format, comparatively thin catalogue with a black-embossed linen binding presents a series of contemporary ceramic works in a way that is as attractive as it is unconventional. Some 300 hand-painted plates and vessels made by the American Matthew Lutz-Kinoy and Japanese artist Natsuko Uchino in a pottery in Andalusia appear in uniformly front-on photographs, mostly alone or two to three on a page. There is no obvious grid dictating their placement, leaving plenty of white space. The effect is of a unique rhythm rather akin to musical notes on a score. Occasionally the illustrations are complemented by brief small-font texts in a contemporary serif typeface, some of them rotated through 90 degrees. They are not captions but rather free yet invariably easy-to-grasp associations and quotations commenting on, for example, individual patterns on the ceramics or the history of pottery as an art form. At the end of the catalogue is a short text section on thinner grey paper containing a conversation with the artists and an index of all the ceramics as well as notes on the illustration scales used in the book. The linen binding and the blue-and-black patterned endpaper evoke historical handicraft books of the 1950s and 1960s; these solutions are in harmony with the works, in spite of their contemporariness.

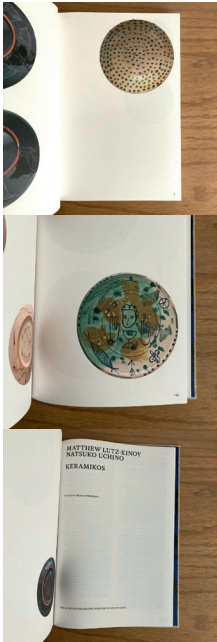
Ein grossformatiger, vergleichsweise dünner Katalog mit schwarz geprägtem Leineneinband präsentiert eine Serie von zeitgenössischen Keramik-Arbeiten in ebenso unkonventioneller wie attraktiver Weise. Rund 300 handbemalte Teller und Gefässe, die der US-Amerikaner Matthew Lutz-Kinoy und die Japanerin Natsuko Uchino in einer andalusischen Töpferei fertigten, erscheinen in einheitlich frontalen Fotografien und freigestellt meist allein, zu zweit oder dritt auf einer Seite. Die Platzierung folgt keinem erkennbaren Raster, lässt viel Weissraum und erzeugt einen ganz eigenen Rhythmus – es wirkt fast wie musikalische Noten in einer Partitur. Gelegentlich werden die Abbildungen durch kurze, klein gesetzte Texte in einer zeitgenössischen Serifenschrift ergänzt, die manchmal um 90 Grad gedreht sind. Dies sind keine Bildlegenden, sondern freie, aber immer gut nachvollziehbare Assoziationen und Zitate, welche z.B. einzelne Muster auf den Keramikern oder die Kunstgeschichte der Töpferei kommentieren. Am Ende folgt auf dünnerem, grauen Papier ein kurzer Textteil mit einem Künstlergespräch und einem Index aller Keramikern sowie Hinweisen auf die im Buch angewandten Abbildungsmassstäbe. Der Leineneinband und das blau-schwarz gemusterte Vorsatzpapier evozieren historische Kunsthandwerkbücher der 1950er- und 1960er Jahre, was trotz der zeitgenössischen Arbeit stimmig wirkt.

Un catalogo di grande formato, relativamente sottile, con copertina in lino impressa in nero, che con modalità accattivanti che rompono gli schemi, presenta una serie di opere contemporanee in ceramica. Il volume illustra circa 300 piatti e vasi dipinti a mano realizzati dallo statunitense Matthew Lutz-Kinoy e dalla giapponese Natsuko Uchino in un laboratorio di ceramiche in Andalusia. Su ogni pagina sono riportate una, due o tre fotografie delle varie opere, tutte frontali. La disposizione non segue una griglia riconoscibile, lascia ampi spazi bianchi e crea un ritmo proprio – dando quasi l'impressione di riconoscere note musicali su uno spartito. Occasionalmente, le illustrazioni sono accompagnate da brevi testi in un font con serif contemporaneo di piccole dimensioni, talvolta ruotati di 90 gradi. Non si tratta di legende, bensì di associazioni e citazioni libere ma sempre ben comprensibili, a commento ad esempio di specifici motivi presenti sulle ceramiche o della storia di quest'arte. Alla fine del volume, su carta grigia più sottile appare una breve sezione di testo con una conversazione con gli artisti e un indice di tutte le opere, nonché indicazioni sulle scale di riproduzione utilizzate nel libro. La copertina in lino e il risguardo dal motivo blu-nero ricordano i libri storici di artigianato degli anni Cinquanta e Sessanta, e nonostante il lavoro contemporaneo non stonano affatto.

Ce catalogue de grand format, relativement peu épais sous sa couverture au marquage à chaud noir, présente une série de céramiques contemporaines de manière aussi insolite qu'attrayante. Environ 300 assiettes et récipients peints à la main et façonnés dans une poterie andalouse par l'Américain Matthew Lutz-Kinoy et la Japonaise Natsuko Uchino ont été photographiés frontalement et sont reproduits sur fond blanc, la plupart du temps à raison d'une, deux ou trois par page. Leur placement, qui n'obéit à aucune grille identifiable et laisse de larges zones de réserve, génère un rythme tout à fait à part – l'image de notes de musique sur une portée vient à l'esprit. De courts textes composés en petit corps dans une police moderne et empattement accompagnent certaines reproductions et sont parfois orientés à la verticale. Il ne s'agit pas de légendes mais de citations et de notations qui tissent des associations libres sans pour autant être énigmatiques. Elles peuvent par exemple commenter un motif précis ou faire référence à l'histoire de l'art de la céramique. L'ouvrage se termine par une courte partie textuelle imprimée sur un fin papier gris, qui comporte un entretien avec les artistes, un index de toutes les céramiques et des indications sur l'échelle de reproduction des images. La reliure pleine toile et les gardes bleu et noir évoquent des livres d'artisanat d'art des années 1950 et 1960, une esthétique qui se marie bien avec ce travail pourtant contemporain.



286	Publisher Name	Type	Category	Address	Phone	Website	Founding year	Employees	Published books in 2020	Published books in total	Countries of distribution



287	Publisher Name	Type	Category	Address	Phone	Website	Founding year	Employees	Published books in 2020	Published books in total	Countries of distribution

lishing house and the shops are managed by the owners, my father and me, running the businesses together. Financially, though, the two businesses are separate entities. Each has its own cost structure, and having our own shops means we are our own customers.

Of course we give ourselves generous discounts, but we get those from other publishers too. It’s important for us that our own books don’t dominate the shops, but that we offer the widest possible range of titles and publishers. That varies from place to place, depending on the preferences of our colleagues and, above all, our customers. Our aim is to offer a selection of books that provides a dense overview of current discussions and trends. What we absolutely aren’t trying to do is sell a brand identity. We don’t even have a logo.

We run a small joint warehouse for the publishing business and the shops on the outskirts of Cologne city centre. It has a central incoming goods operation and we sort the books so that each shop gets a ready-labelled box containing the various titles. That saves work for the shops and allows us to offer titles requested by one shop to the others as well. Some of our outlets occupy just a corner in a museum, while others have large premises with high rents. Thankfully, we own our flagship store in Cologne, otherwise we’d never be able to use a place that size. It’s a truism that books command lower prices and offer smaller margins than the goods our neighbours sell, such as designer clothing. Of course we have an online shop too, which we regard as an extra branch.

The publishing house releases around 150 titles each year. As well as a publications manager we have a head of sales assisted by another colleague. For proofreading, translation, design and so on, we work with people from our circle. Our books are always the result of a long-standing personal partnership with artists, authors, editors and institutions. Each starts with a face-to-face discussion about content, but what happens after than can vary widely from case to case. Sometimes, institutions produce the books themselves, and we confine ourselves to introducing our point of view as booksellers when it comes to the cover design. In other cases, we’re more closely involved over an extended period. But at least a third of our books

leiten die Geschäfte gemeinsam. Dennoch sind Verlag und Läden wirtschaftlich getrennt. Beide haben eine eigene Kostenstruktur, und mit unseren Läden sind wir unsere eigenen Kunden.

Wir geben uns natürlich gute Rabatte, aber die erhalten wir von anderen Verlagen auch. Es ist uns wichtig, dass unsere Bücher in den Läden nicht überhandnehmen, sondern dass wir ein möglichst breites Sortiment vieler Titel und Verlage führen. Das variiert von Ort zu Ort, nach den Vorlieben der Kolleginnen und Kollegen und vor allem denen unserer Kundschaft. Unser Ziel ist es, durch die Buchauswahl einen dichten Überblick über die aktuellen Diskussionen und Tendenzen anzubieten. Auf keinen Fall wollen wir eine Markenidentität verkaufen. Wir haben nicht einmal ein Logo.

Für den Verlag und die Läden führen wir am Rande des Kölner Stadtzentrums ein kleines gemeinsames Lager. Hier machen wir einen zentralen Wareneingang und sortieren die Bücher dann so um, dass die einzelnen Läden fertig ausgezeichnete Kisten mit den verschiedenen Titeln erhalten. Das nimmt den Läden Arbeit ab, und uns erlaubt es, Titel, die von einem bestimmten Laden gewünscht werden, auch in anderen Läden anzubieten. Einige unserer Läden belegen nur eine Ecke in einem Museum, andere haben große Flächen mit hohen Mieten. Unser Kölner Hauptladen gehört uns zum Glück, sonst könnten wir eine solche Fläche nicht nutzen. Bücher haben bekanntlich niedrigere Preise und kleinere Margen als die Ware unser Nachbarn, die beispielsweise Designerkleidung anbieten. Einen Webshop betreiben wir selbstverständlich auch und betrachten diesen als eine weitere Filiale.

Der Verlag publiziert gegen 150 Titel jährlich. Neben einer Verlegerin haben wir eine Vertriebschefin, die von einer weiteren Kollegin unterstützt wird. Für Lektorat, Übersetzung, Gestaltung etc. arbeiten wir mit Leuten in unserem Umfeld zusammen. Unsere Bücher sind immer das Ergebnis einer längeren persönlichen Partnerschaft, sei es mit Künstlerinnen, Autoren, Herausgeberinnen oder Institutionen. Alle Bücher beginnen mit einem persönlichen inhaltlichen Gespräch, die darauf folgende Zusammenarbeit verläuft dann sehr unterschiedlich. Manche Bücher realisieren die Institutionen selbstständig, und

nonostante, le due realtà sono separate sul piano economico, ognuna con la propria struttura dei costi, e i nostri negozi sono in pratica nostri clienti.

Ovviamente ci facciamo sconti generosi, ma li riceviamo anche da altri editori. Per noi è importante che nei negozi non prendano il sopravvento i nostri libri, ma che vi sia la massima scelta possibile di titoli ed editori – variabile fra le tante sedi in base alle preferenze del personale e soprattutto della clientela. Vogliamo offrire una vasta panoramica delle tematiche e delle tendenze attuali ampliando la scelta. Di certo il nostro scopo non è vendere un’identità di marchio – tanto è vero che non abbiamo nemmeno un logo.

Per la casa editrice e i negozi gestiamo un piccolo magazzino comune nei pressi del centro di Colonia, dove centralizziamo la ricezione della merce e smistiamo i libri in modo che i singoli negozi ricevano degli scatoloni pronti ed etichettati. Così facendo alleggeriamo il loro lavoro e abbiamo la possibilità di offrire anche altrove i titoli richiesti da una particolare sede. Alcuni punti vendita occupano solo un angolo in un museo, altri dispongono di ampie superfici per cui paghiamo affitti elevati. Fortunatamente, la sede principale a Colonia è di nostra proprietà, altrimenti non potremmo utilizzare un’area così grande: come tutti sanno, i libri costano meno e hanno margini minori rispetto ai prodotti dei nostri vicini che vendono capi griffati, per esempio. Gestiamo anche un negozio online, che consideriamo come un’ulteriore filiale.

Pubblichiamo circa 150 titoli all’anno. Oltre a un’editrice abbiamo una responsabile delle vendite, supportata da un’altra collega. Per le attività di traduzione, correzione delle bozze, design ecc. lavoriamo con professionista e professionisti vicini a noi. I nostri libri sono sempre il risultato di un’interazione personale e continuativa con artisti, autori, case editrici o istituzioni. Il primo passo di ogni libro consiste sempre in un dialogo sui contenuti, e la collaborazione che ne deriva segue percorsi molto diversi. Alcuni progetti sono gestiti indipendentemente dalle istituzioni, e noi ci riserviamo solo di offrire il nostro punto di vista da librai per il design della copertina; in altri casi, invece, siamo coinvolti di più in diversi passaggi del lavoro. Tuttavia, un buon terzo dei volumi

dirigent la maison d’édition et les librairies. Mon père et moi-même, nous gérons ces entreprises ensemble. Néanmoins la maison d’édition et les magasins sont séparés sur le plan financier. Tous les deux ont leur propre structure de coûts, et avec nos magasins nous sommes nos propres clients.

Nous nous accordons bien sûr de bons rabais, mais nous en obtenons aussi d’autres maisons d’édition. Il est important pour nous que nos propres livres n’envahissent pas trop nos rayons mais que nous gérions l’assortiment le plus large possible, avec de nombreux titres et de nombreux éditeurs. Cet assortiment varie de lieu en lieu, selon les préférences de nos collègues et surtout de notre clientèle. Notre but est de choisir nos livres de manière à offrir un large éventail des débats et des tendances actuelles. En aucun cas nous ne voulons vendre une image de marque. Nous n’avons même pas de logo.

Pour la maison d’édition et les magasins, nous possédons, à la lisière du centre-ville de Cologne, un petit dépôt qui leur est commun. C’est ici que l’arrivée des marchandises est centralisée ; ensuite nous procédons à un nouveau tri des livres de manière que chacune des librairies reçoive des caisses étiquetées à son nom où sont déjà répartis les différents titres. Cela allège le travail des magasins et nous permet de proposer aussi dans d’autres boutiques des titres souhaités par l’une d’entre elles. Certains de nos points de vente occupent juste un coin dans un musée, d’autres de grandes surfaces aux loyers élevés. Notre librairie principale à Cologne, heureusement, nous appartient, sinon nous ne pourrions pas bénéficier d’un tel espace. Les livres ont évidemment des prix plus bas et des marges plus faibles que les marchandises de nos voisins, qui proposent par exemple des vêtements de marque. Bien entendu, nous tenons aussi une boutique en ligne et nous la considérons comme une filiale supplémentaire.

La maison d’édition publie environ 150 titres par an. En plus d’une editrice, nous avons une directrice commerciale, épaulée par une autre collègue. Pour le lectorat, la traduction, la conception graphique du livre, etc., nous collaborons avec des personnes de notre entourage. Nos livres sont toujours le fruit d’une longue relation personnelle avec des artistes, des auteurs, des éditeurs ou des

Publisher Name	Type	Category	Address	Phone	Website	Founding year	Employees	Published books in 2020	Published books in total	Countries of distribution
----------------	------	----------	---------	-------	---------	---------------	-----------	-------------------------	--------------------------	---------------------------

are created without partners, which is a huge effort each time and it's rarely easy to obtain funding. Unfortunately, people have fixed ideas about what the end product is going to cost, based on its size, number of pages and weight. They rarely reflect the actual costs and the prices we need to charge in the shops.

What's more, you can only really make a profit if you sell most of the print run. We usually aim to shift 500 copies. In addition to our own shops, we also sell via partnerships around the world. Our most important buyers are the German book wholesalers on the one hand and global sellers such as Thames & Hudson on the other. But global sellers take the books on a sale or return basis, and getting the unsold copies back is usually expensive, so we try to act cautiously.

The most gratifying result is if a book sells out. It's always a good feeling, and there's no point in regretting that you didn't print more copies. A sold-out book is pretty much the best outcome you could hope for. Sometimes, prices on the secondary market online go through the roof, which is flattering. Mostly it's a short-lived phenomenon, and however tempting those prices may be, it's difficult to comprehend how they occur in the first place. There again, we're happy for the colleagues that actually fetch those prices.

Unfortunately, of course, we've lost a lot of sales during the pandemic, and although our website has grown it can't make up for that. But the publishing house is doing surprisingly well, so in fact we've actually increased print runs or reprinted some editions. Many people have more time on their hands than usual, and they're reading, re-searching and studying more. My take on that is that our customers are using books to fill the gap left by not being able to visit museums and galleries.

I'm convinced that, in the end, the pandemic will lead to books being valued more. We've all been exposed to an extreme degree of digitisation, and as a reaction to that we're craving more physicality again. Books have that physical, tactile element to them that digital data just can't offer. Plus, digital is more ephemeral and superficial. I even read a newspaper differently and in greater depth if I'm holding a printed copy in my hands.

wir behalten uns nur vor, bei der Umschlaggestaltung unsere Buchhändlerperspektive einzubringen. In anderen Fällen sind wir über längere Zeit stärker involviert. Ein gutes Drittel unserer Titel entsteht jedoch ohne Partner, das ist jedes Mal ein Kraftakt, und die Finanzierung ist selten einfach. Leider gibt es ja feste Preiserwartungen dem physischen Objekt, der Größe, Seitenzahl und dem Gewicht gegenüber. Dies entspricht selten den eigentlichen Kosten und den notwendigen Ladenpreisen.

Einen wirklichen Ertrag erzielt man außerdem nur, wenn der Großteil der Auflage verkauft wird. Wir stellen uns meist als Ziel, 500 Exemplare abzusetzen. Neben den eigenen Läden vertreiben wir auch über Partnerschaften rund um die Welt. Die wichtigsten Abnehmer sind die grossen Barsortimente in Deutschland oder globale Handelshäuser wie Thames & Hudson. Letztere übernehmen die Bücher allerdings in Kommission, und eine Rückholung ist meist teuer, weshalb wir auch hier meist Vorsicht walten lassen.

Am schönsten ist es, wenn ein Buch ausverkauft ist. Das tut immer gut, und man darf nicht bereuen, nicht mehr gedruckt zu haben. Besser als ausverkauft geht eigentlich nicht. Auf dem Sekundärmarkt im Internet steigen die Preise manchmal ins Fantastische, auch das schmeichelt. Meist ist dies eine Momentaufnahme, und so verlockend diese Preise sind, ist es ein schwer zu durchschauendes Phänomen. Auch hier freuen wir uns für die Kolleginnen und Kollegen, die solche Preise dann tatsächlich erzielen.

In der Pandemie leiden wir natürlich unter erheblichen Umsatzausfällen, und unsere Website kann das trotz Wachstum nicht kompensieren. Der Verlag läuft aber überraschend gut, sodass wir tatsächlich auch Auflagen erhöht oder Titel nachgedruckt haben. Viele Leute haben mehr Zeit als sonst, und es wird mehr gelesen, geforscht und studiert. Ich erkläre es mir so, dass die Kundschaft mittels der Bücher auch die leider nicht möglichen Museums- und Galeriebesuche sublimiert.

Ich bin überzeugt, dass der Wert des Buches durch die Pandemie letztlich steigen wird. Wir haben uns alle einem extremen Digitalisierungsschub ausgesetzt. Als Reaktion darauf sehnen sich nun

nasce senza partner, il che è sempre un tour de force, raramente facile da finanziare. Purtroppo è innegabile che ci siano aspettative fisse riguardo al prezzo, considerando l'oggetto fisico, le dimensioni, il numero di pagine e il peso. Solo in qualche caso eccezionale vi è corrispondenza tra i costi effettivi e gli ineludibili prezzi al dettaglio.

Inoltre, un rendimento concreto si ottiene solo se si riesce a vendere la maggior parte delle copie stampate: il nostro obiettivo generale è di smerciare almeno 500 copie attraverso i nostri negozi, ma anche grazie a partnership di distribuzione in tutto il mondo. I principali clienti sono grossisti e intermediari in Germania o venditori globali come Thames & Hudson. Questi ultimi, tuttavia, accettano i libri su commissione, spesso con clausole costose per il ritiro, quindi agiamo con grande cautela.

La cosa più bella è quando un libro segna il tutto esaurito. Fa sempre bene al cuore, ma non bisogna poi cedere al rimpianto di non averne stampate più copie, perché meglio del tutto esaurito non c'è nulla, sinceramente. Nel mercato secondario su Internet a volte vediamo i prezzi salire alle stelle – anche questo è lusinghiero. Per lo più si tratta di un'istantanea, e per quanto i prezzi siano allettanti, è un fenomeno difficile da seguire e comprendere. Anche in questo caso, siamo felici per le colleghe e i colleghi che riescono davvero a incassare quei prezzi.

Durante la pandemia, naturalmente, stiamo registrando un crollo nelle entrate, che la crescita nei profitti del sito web non riesce comunque a compensare. Allo stesso tempo la casa editrice va a gonfie vele, tanto che abbiamo aumentato le tirature e ristampato alcuni titoli. Molte persone hanno più tempo del solito, e si legge, si ricerca e si studia di più. Me lo spiego immaginando che i clienti sublimino l'impossibilità di visitare un museo o una galleria d'arte immergendosi nella carta stampata.

Sono convinto che alla fine il valore del libro aumenterà grazie alla pandemia. Siamo stati tutti esposti a un'ondata estrema di digitalizzazione. Per reazione, molti ora bramano il ritorno alla fisicità. E il libro ha questa nota fisica, tattile, che il digitale non può offrire. Inoltre, il digitale è effimero e superficiale. Persino un giornale lo leggo in modo diverso, con più attenzione, quando lo tengo tra le mani stampato.

institutions. Tous les livres commencent par un entretien personnel sur leur contenu ; mais la collaboration qui s'ensuit peut prendre des formes très différentes. Les institutions réalisent elles-mêmes beaucoup de livres, et nous nous réservons seulement le droit de faire valoir notre point de vue de libraires pour la conception de la couverture. Dans d'autres cas, nous sommes impliqués plus fortement et plus longuement. Un bon tiers de nos titres est cependant publié sans partenaire, c'est un tour de force à chaque fois, et le financement est rarement simple. Malheureusement, les attentes en matière de prix sont fixes, s'agissant de l'objet physique, de ses dimensions, du nombre de pages et du poids. Cela correspond rarement aux coûts réels et aux prix qu'il faut pratiquer en magasin.

En outre, on ne fait vraiment de bénéfice que si l'on peut vendre la plus grande partie du tirage. Nous nous donnons le plus souvent pour but d'écouler 500 exemplaires. À côté de nos propres magasins, nous vendons aussi par l'intermédiaire de partenaires dans le monde entier. Les acheteurs les plus importants sont les grossistes comme Barsortiment en Allemagne ou des distributeurs internationaux comme Thames & Hudson. Ces derniers reçoivent cependant les livres en dépôt, et la plupart du temps les récupérer occasionne des frais supplémentaires élevés, c'est pourquoi, là aussi, la plus grande prudence est de mise.

Le plus beau, c'est quand un livre est épuisé. Ce n'est jamais un mal et l'on ne peut regretter de ne pas avoir imprimé davantage. Épuisé : il n'y a rien de mieux. Avec le marché secondaire, sur Internet, on voit parfois les prix s'envoler. C'est flatteur pour nous, mais très volatil, et si séduisants que soient ces prix, le phénomène est difficile à décrypter. Là aussi, nous nous réjouissons pour les collègues qui parviennent vraiment à obtenir de telles sommes.

Avec la pandémie, nous subissons aussi, bien sûr, des pertes de recettes considérables, et notre site web, même s'il a pris de l'importance, ne peut pas compenser cela. Mais la maison d'édition se porte étonnamment bien, au point que nous avons augmenté certains tirages ou réimprimé certains titres. Beaucoup de gens ont plus de temps qu'auparavant ; on lit, on fait de la recherche et l'on étudie davantage. C'est l'explication

Publisher Name	Type	Category	Full address	Phone number	Website	Foundation year	Number of employees	Number of published books in 2020	Number of published books in total	Countries or regions of distribution
----------------	------	----------	--------------	--------------	---------	-----------------	---------------------	-----------------------------------	------------------------------------	--------------------------------------

viele wieder nach Körperlichkeit. Das Buch hat dieses Körperliche und Haptische, das die digitalen Daten so nicht bieten können. Zudem ist das Digitale ephemere und oberflächlich. Selbst eine Zeitung lese ich anders, vertiefter, wenn ich sie gedruckt in den Händen halte.

que j'ai trouvée : les livres permettent à la clientèle de sublimer l'impossibilité de visiter les musées et les galeries.

Je suis convaincu que la pandémie, finalement, va augmenter la valeur du livre. Nous avons tous été exposés à une poussée extrême de numérisation. En réaction, beaucoup d'entre nous aspirent à retrouver un monde palpable. Or le livre est un corps qu'on peut toucher, et les données numériques sont impuissantes à nous offrir cela. En outre, le numérique est éphémère et superficiel. Même un journal, je le lis différemment et plus à fond si je le tiens, imprimé, entre les mains.

verlag die brotsuppe										
			diebrotsuppe.ch							
Verlag für moderne Kunst Commercial publisher Art	2014	4		~100	~700				Europe, USA	
			Schwedenplatz 2/24, 1010 Wien (AT) +4319346966 vfmk.org							
Verlag Nagel & Kimche			nagel-kimche.ch							
Verlag Sage und Schreibe			sageundschreibe-verlag.ch							
Verlag Scheidegger & Spiess Independent publisher Architecture / Art / Design / Photography / Thematic books / Other Niederdorfstrasse 54, 8001 Zürich +41442621662 scheidegger-spiess.ch	1997	9		52	750				Worldwide	
Vexer Verlag Independent publisher Architecture / Art / General interest / Photography / Textbooks / Thematic books / Other Brauerstrasse 27b, 9000 St.Gallen +41712457966 vexer.ch	1985	2		13	150				Worldwide	
VGS Verlagsgenossenschaft St.Gallen Independent publisher Thematic books / Textbooks Marktgasse 5, 9000 St.Gallen +41715852760 vgs-sg.ch	1979			4	181				Worldwide	
Visarte Vaud			visartevaud.ch							
Vleeshal Center for Contemporary Art Middelburg Institutional publisher Art	1979	4		3	17				Worldwide	
			Helm 5, 4331CD Middelburg (NL) +31118652200 vleeshal.nl							
Wallimann Druck und Verlag AG Independent publisher Aargauerstrasse 12, 6215 Beromünster +419324050 wallimann.ch	1908	27		1					Switzerland	

Publisher Name	Type	Category	Address	Phone	Website	Founding year	Employees	Published books in 2020	Published books in total	Countries of distribution
White Cube	Commercial publisher	Art	144–152 Bermondsey Street, London SE1 3TQ (UK)	+442079305373	whitecube.com	1992	1	4	>300	Asia, Europe, UK, USA
Whitechapel Gallery	Institutional publisher	Art / Textbooks / Thematic books	77–82 Whitechapel High Street, London E1 7QX (UK)	+442075227884	whitechapelgallery.org	2006	1	7	~90	Worldwide
Witty Books	Independent publisher	Art / Photography	Via Galliani 15, 10125 Torino (IT)	+393384706054	witty-books.com	2012	1	7	32	Italy
Yoffy Press	Independent publisher	Photography	500 Morgan Street, Atlanta, GA 30308 (US)	+14047909078	yoffypress.com	2017	3	5	21	Worldwide
zocher & peter verlag					zocher-peter.ch					
Zoé Aubry					z-aubry.com					
Zytturm Verlag GmbH	Independent publisher	Art / Textbooks / Thematic books	Sonnenweg 6, 6340 Baar	+41796689680	zytturm-verlag.ch	2011	1	1	4	Switzerland



Серия небоскребов для Москвы. 1923—25

Проект эль лисицкого



Вид сверху

Представленный здесь новый тип постройки можно отнести к ряду небоскребов. Он предназначается не для жилья, а для размещения вертикальных учреждений.

Тип высшего дома создан Америкой в качестве горизонтальной корридора в вертикальную высоту лифта, вокруг которого наплывали ярусы этажей. Рос этот тип совершенно лаварично, без какой бы то ни было заботы об ориентации города в целом. Единственная его забота была переключать высоту и количество этажей.

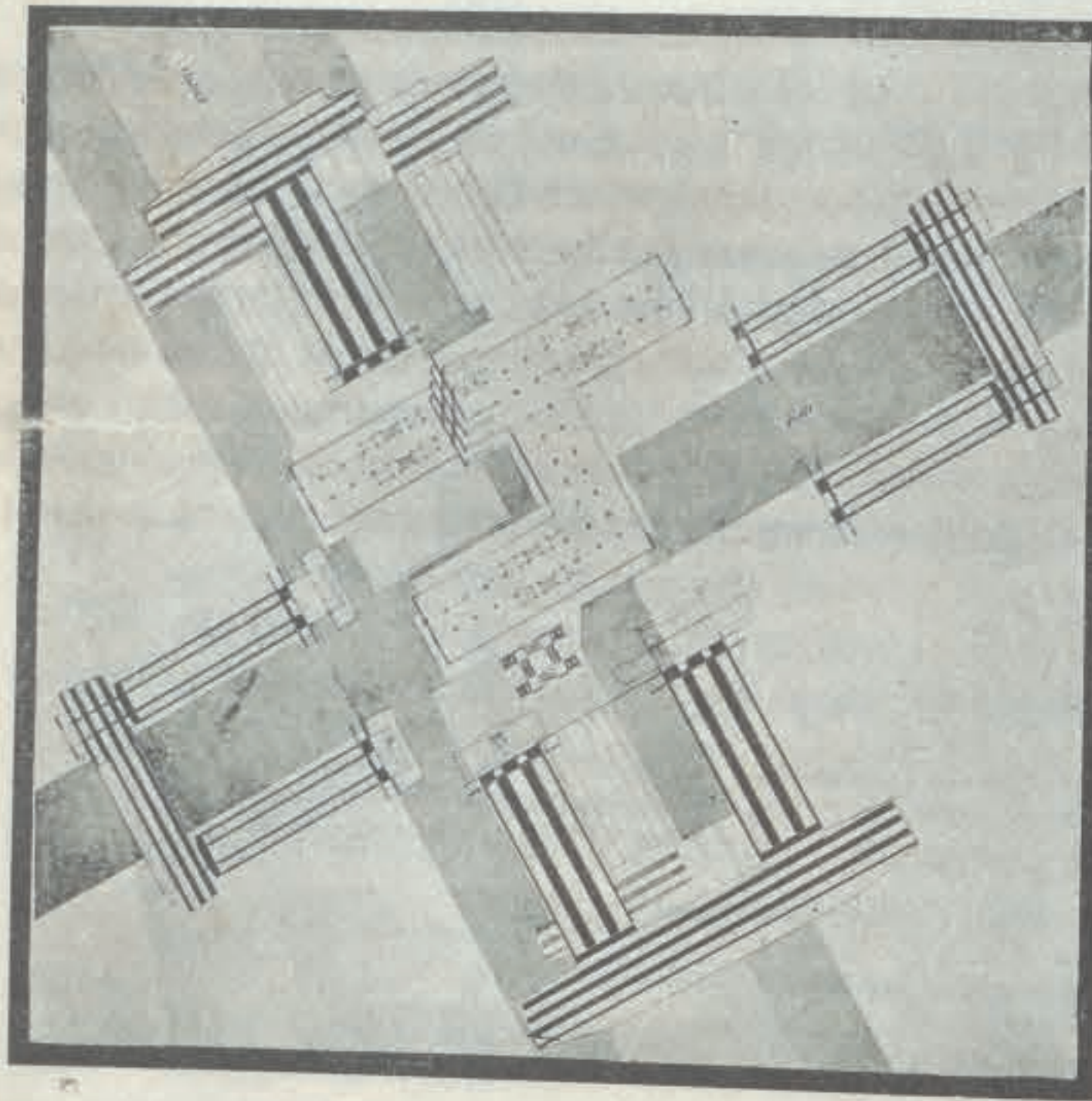
При выработке нового типа мы исходим из противоположных предположений:

- 1) Мы считаем, что часть населения города и система города определяет характер его сооружений
- 2) Мы говорим: «сооружения», а не «дома»; считая, что новый город должен преодолеть понятие вертикального дома.

- 3) Мы считаем, что пока не изобретена возможность совершенно свободного парения, нам свойственной является горизонтально, а не вертикально.

Поэтому, если для горизонтальной планировки на земле и данному участку нет места, мы поднимаем

Конструкция небоскреба.



требуемую площадь: вместо того, чтобы в один этаж концентрировать массу горизонтальных помещений, мы и горизонтальным корридором оборудовали. При этом максимум полезной площади при минимальной высоте. Следовательно, новое членение функций.

Но есть ли необходимость строить в воздухе? «Вообще» — нет. Пока есть еще достаточно места на земле.

Но... в частности? Мы живем в городах, развивающихся до сих пор. И нуждам нашего дня они уже не удовлетворяют. Мы не можем (обратить) их с головы на ноги и «правильно» выстроить. Первоначально сразу изменив их структуру и тип. Москва останется по своему типу. (Пара, Пана, Структура: ее центр — Кремль, ядро А, ядро В и радиальные улицы. Критически истощено точки пересечения, больших радиальных улиц (Тверская, Мясницкая, и т. д.) с окружностью (Басманный). Здесь широкие площади, которые требуют увеличения без торможения движения, особенно в центральном и этих местах (см. план). Здесь места вертикальных учреждений. Здесь романы для предвзвешенного типа.

Для устойчивого положения свободно балансирующей точки, необходимыми и достаточными 3 точки опоры. Поэтому мы организовали трети здания с открытыми канальными лифтами и лифтовыми, покуда имеют истинно-линейный характер движения. Стойкой опирается системой канатов и ребор на фундаменте. (Принцип упрощен формы и ребор на фундаменте). Одна стойка выделена под жилой жилой, другая — под рабочую часть (бюро, учреждения); система вертикальной трубы, открытая от пола до верхнего этажа, несет балконы корридора: т. е. вид из лифта и в первом этаже можно читать. Мы на первом этаже имеем 2-ой и 3-го этажей. На этой вертикальной раме консоллами держатся горизонтальные этажи. Все тело, как выгнано изнутри.

Скользя на новых сортах нержавеющей и нержавеющей стали (Круша). Лифты и хорошо функционирующие на тепло-и звукопроводности материалы для междуетажных перекрытий и перегородок. Стекло химически обработанное для защиты от световых и звуковых волн.

Все элементы света выровнены в высоту, по мере потребности застройки новой площади в длину кольца А или В, остается лишь привнести

*) Одна ножка четырехногого стола висит в воздухе.

План центра. Москва с небоскребами по кольцу А.

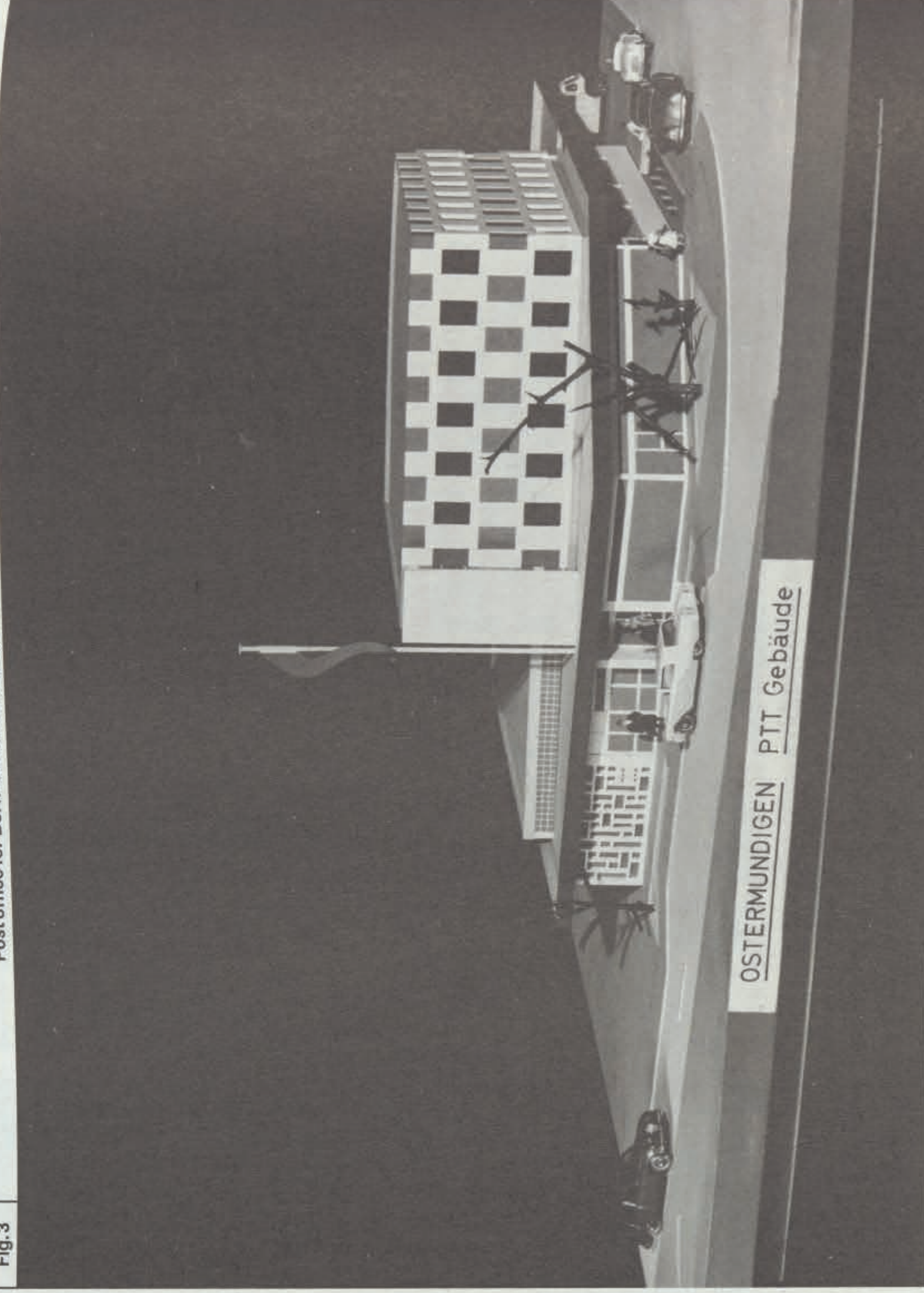


иногда разных частей. Монтаж может производиться в 2-3-4-5-6-7-8-9-10-11-12-13-14-15-16-17-18-19-20-21-22-23-24-25-26-27-28-29-30-31-32-33-34-35-36-37-38-39-40-41-42-43-44-45-46-47-48-49-50-51-52-53-54-55-56-57-58-59-60-61-62-63-64-65-66-67-68-69-70-71-72-73-74-75-76-77-78-79-80-81-82-83-84-85-86-87-88-89-90-91-92-93-94-95-96-97-98-99-100-101-102-103-104-105-106-107-108-109-110-111-112-113-114-115-116-117-118-119-120-121-122-123-124-125-126-127-128-129-130-131-132-133-134-135-136-137-138-139-140-141-142-143-144-145-146-147-148-149-150-151-152-153-154-155-156-157-158-159-160-161-162-163-164-165-166-167-168-169-170-171-172-173-174-175-176-177-178-179-180-181-182-183-184-185-186-187-188-189-190-191-192-193-194-195-196-197-198-199-200-201-202-203-204-205-206-207-208-209-210-211-212-213-214-215-216-217-218-219-220-221-222-223-224-225-226-227-228-229-230-231-232-233-234-235-236-237-238-239-240-241-242-243-244-245-246-247-248-249-250-251-252-253-254-255-256-257-258-259-260-261-262-263-264-265-266-267-268-269-270-271-272-273-274-275-276-277-278-279-280-281-282-283-284-285-286-287-288-289-290-291-292-293-294-295-296-297-298-299-300-301-302-303-304-305-306-307-308-309-310-311-312-313-314-315-316-317-318-319-320-321-322-323-324-325-326-327-328-329-330-331-332-333-334-335-336-337-338-339-340-341-342-343-344-345-346-347-348-349-350-351-352-353-354-355-356-357-358-359-360-361-362-363-364-365-366-367-368-369-370-371-372-373-374-375-376-377-378-379-380-381-382-383-384-385-386-387-388-389-390-391-392-393-394-395-396-397-398-399-400-401-402-403-404-405-406-407-408-409-410-411-412-413-414-415-416-417-418-419-420-421-422-423-424-425-426-427-428-429-430-431-432-433-434-435-436-437-438-439-440-441-442-443-444-445-446-447-448-449-450-451-452-453-454-455-456-457-458-459-460-461-462-463-464-465-466-467-468-469-470-471-472-473-474-475-476-477-478-479-480-481-482-483-484-485-486-487-488-489-490-491-492-493-494-495-496-497-498-499-500-501-502-503-504-505-506-507-508-509-510-511-512-513-514-515-516-517-518-519-520-521-522-523-524-525-526-527-528-529-530-531-532-533-534-535-536-537-538-539-540-541-542-543-544-545-546-547-548-549-550-551-552-553-554-555-556-557-558-559-560-561-562-563-564-565-566-567-568-569-570-571-572-573-574-575-576-577-578-579-580-581-582-583-584-585-586-587-588-589-590-591-592-593-594-595-596-597-598-599-600-601-602-603-604-605-606-607-608-609-610-611-612-613-614-615-616-617-618-619-620-621-622-623-624-625-626-627-628-629-630-631-632-633-634-635-636-637-638-639-640-641-642-643-644-645-646-647-648-649-650-651-652-653-654-655-656-657-658-659-660-661-662-663-664-665-666-667-668-669-670-671-672-673-674-675-676-677-678-679-680-681-682-683-684-685-686-687-688-689-690-691-692-693-694-695-696-697-698-699-700-701-702-703-704-705-706-707-708-709-710-711-712-713-714-715-716-717-718-719-720-721-722-723-724-725-726-727-728-729-730-731-732-733-734-735-736-737-738-739-740-741-742-743-744-745-746-747-748-749-750-751-752-753-754-755-756-757-758-759-760-761-762-763-764-765-766-767-768-769-770-771-772-773-774-775-776-777-778-779-780-781-782-783-784-785-786-787-788-789-790-791-792-793-794-795-796-797-798-799-800-801-802-803-804-805-806-807-808-809-810-811-812-813-814-815-816-817-818-819-820-821-822-823-824-825-826-827-828-829-830-831-832-833-834-835-836-837-838-839-840-841-842-843-844-845-846-847-848-849-850-851-852-853-854-855-856-857-858-859-860-861-862-863-864-865-866-867-868-869-870-871-872-873-874-875-876-877-878-879-880-881-882-883-884-885-886-887-888-889-890-891-892-893-894-895-896-897-898-899-900-901-902-903-904-905-906-907-908-909-910-911-912-913-914-915-916-917-918-919-920-921-922-923-924-925-926-927-928-929-930-931-932-933-934-935-936-937-938-939-940-941-942-943-944-945-946-947-948-949-950-951-952-953-954-955-956-957-958-959-960-961-962-963-964-965-966-967-968-969-970-971-972-973-974-975-976-977-978-979-980-981-982-983-984-985-986-987-988-989-990-991-992-993-994-995-996-997-998-999-1000-1001-1002-1003-1004-1005-1006-1007-1008-1009-1010-1011-1012-1013-1014-1015-1016-1017-1018-1019-1020-1021-1022-1023-1024-1025-1026-1027-1028-1029-1030-1031-1032-1033-1034-1035-1036-1037-1038-1039-1040-1041-1042-1043-1044-1045-1046-1047-1048-1049-1050-1051-1052-1053-1054-1055-1056-1057-1058-1059-1060-1061-1062-1063-1064-1065-1066-1067-1068-1069-1070-1071-1072-1073-1074-1075-1076-1077-1078-1079-1080-1081-1082-1083-1084-1085-1086-1087-1088-1089-1090-1091-1092-1093-1094-1095-1096-1097-1098-1099-1100-1101-1102-1103-1104-1105-1106-1107-1108-1109-1110-1111-1112-1113-1114-1115-1116-1117-1118-1119-1120-1121-1122-1123-1124-1125-1126-1127-1128-1129-1130-1131-1132-1133-1134-1135-1136-1137-1138-1139-1140-1141-1142-1143-1144-1145-1146-1147-1148-1149-1150-1151-1152-1153-1154-1155-1156-1157-1158-1159-1160-1161-1162-1163-1164-1165-1166-1167-1168-1169-1170-1171-1172-1173-1174-1175-1176-1177-1178-1179-1180-1181-1182-1183-1184-1185-1186-1187-1188-1189-1190-1191-1192-1193-1194-1195-1196-1197-1198-1199-1200-1201-1202-1203-1204-1205-1206-1207-1208-1209-1210-1211-1212-1213-1214-1215-1216-1217-1218-1219-1220-1221-1222-1223-1224-1225-1226-1227-1228-1229-1230-1231-1232-1233-1234-1235-1236-1237-1238-1239-1240-1241-1242-1243-1244-1245-1246-1247-1248-1249-1250-1251-1252-1253-1254-1255-1256-1257-1258-1259-1260-1261-1262-1263-1264-1265-1266-1267-1268-1269-1270-1271-1272-1273-1274-1275-1276-1277-1278-1279-1280-1281-1282-1283-1284-1285-1286-1287-1288-1289-1290-1291-1292-1293-1294-1295-1296-1297-1298-1299-1300-1301-1302-1303-1304-1305-1306-1307-1308-1309-1310-1311-1312-1313-1314-1315-1316-1317-1318-1319-1320-1321-1322-1323-1324-1325-1326-1327-1328-1329-1330-1331-1332-1333-1334-1335-1336-1337-1338-1339-1340-1341-1342-1343-1344-1345-1346-1347-1348-1349-1350-1351-1352-1353-1354-1355-1356-1357-1358-1359-1360-1361-1362-1363-1364-1365-1366-1367-1368-1369-1370-1371-1372-1373-1374-1375-1376-1377-1378-1379-1380-1381-1382-1383-1384-1385-1386-1387-1388-1389-1390-1391-1392-1393-1394-1395-1396-1397-1398-1399-1400-1401-1402-1403-1404-1405-1406-1407-1408-1409-1410-1411-1412-1413-1414-1415-1416-1417-1418-1419-1420-1421-1422-1423-1424-1425-1426-1427-1428-1429-1430-1431-1432-1433-1434-1435-1436-1437-1438-1439-1440-1441-1442-1443-1444-1445-1446-1447-1448-1449-1450-1451-1452-1453-1454-1455-1456-1457-1458-1459-1460-1461-1462-1463-1464-1465-1466-1467-1468-1469-1470-1471-1472-1473-1474-1475-1476-1477-1478-1479-1480-1481-1482-1483-1484-1485-1486-1487-1488-1489-1490-1491-1492-1493-1494-1495-1496-1497-1498-1499-1500-1501-1502-1503-1504-1505-1506-1507-1508-1509-1510-1511-1512-1513-1514-1515-1516-1517-1518-1519-1520-1521-1522-1523-1524-1525-1526-1527-1528-1529-1530-1531-1532-1533-1534-1535-1536-1537-1538-1539-1540-1541-1542-1543-1544-1545-1546-1547-1548-1549-1550-1551-1552-1553-1554-1555-1556-1557-1558-1559-1560-1561-1562-1563-1564-1565-1566-1567-1568-1569-1570-1571-1572-1573-1574-1575-1576-1577-1578-1579-1580-1581-1582-1583-1584-1585-1586-1587-1588-1589-1590-1591-1592-1593-1594-1595-1596-1597-1598-1599-1600-1601-1602-1603-1604-1605-1606-1607-1608-1609-1610-1611-1612-1613-1614-1615-1616-1617-1618-1619-1620-1621-1622-1623-1624-1625-1626-1627-1628-1629-1630-1631-1632-1633-1634-1635-1636-1637-1638-1639-1640-1641-1642-1643-1644-1645-1646-1647-1648-1649-1650-1651-1652-1653-1654-1655-1656-1657-1658-1659-1660-1661-1662-1663-1664-1665-1666-1667-1668-1669-1670-1671-1672-1673-1674-1675-1676-1677-1678-1679-1680-1681-1682-1683-1684-1685-1686-1687-1688-1689-1690-1691-1692-1693-1694-1695-1696-1697-1698-1699-1700-1701-1702-1703-1704-1705-1706-1707-1708-1709-1710-1711-1712-1713-1714-1715-1716-1717-1718-1719-1720-1721-1722-1723-1724-1725-1726-1727-1728-1729-1730-1731-1732-1733-1734-1735-1736-1737-1738-1739-1740-1741-1742-1743-1744-1745-1746-1747-1748-1749-1750-1751-1752-1753-1754-1755-1756-1757-1758-1759-1760-1761-1762-1763-1764-1765-1766-1767-1768-1769-1770-1771-1772-1773-1774-1775-1776-1777-1778-1779-1780-1781-1782-1783-1784-1785-1786-1787-1788-1789-1790-1791-1792-1793-1794-1795-1796-1797-1798-1799-1800-1801-1802-1803-1804-1805-1806-1807-1808-1809-1810-1811-1812-1813-1814-1815-1816-1817-1818-1819-1820-1821-1822-1823-1824-1825-1826-1827-1828-1829-1830-1831-1832-1833-1834-1835-1836-1837-1838-1839-1840-1841-1842-1843-1844-1845-1846-1847-1848-1849-1850-1851-1852-1853-1854-1855-1856-1857-1858-1859-1860-1861-1862-1863-1864-1865-1866-1867-1868-1869-1870-1871-1872-1873-1874-1875-1876-1877-1878-1879-1880-1881-1882-1883-1884-1885-1886-1887-1888-1889-1890-1891-1892-1893-1894-1895-1896-1897-1898-1899-1900-1901-1902-1903-1904-1905-1906-1907-1908-1909-1910-1911-1912-1913-1914-1915-1916-1917-1918-1919-1920-1921-1922-1923-1924-1925-1926-1927-1928-1929-1930-1931-1932-1933-1934-1935-1936-1937-1938-1939-1940-1941-1942-1943-1944-1945-1946-1947-1948-1949-1950-1951-1952-1953-1954-1955-1956-1957-1958-1959-1960-1961-1962-1963-1964-1965-1966-1967-1968-1969-1970-1971-1972-1973-1974-1975-1976-1977-1978-1979-1980-1981-1982-1983-1984-1985-1986-1987-1988-1989-1990-1991-1992-1993-1994-1995-1996-1997-1998-1999-2000-2001-2002-2003-2004-2005-2006-2007-2008-2009-2010-2011-2012-2013-2014-2015-2016-2017-2018-2019-2020-2021-2022-2023-2024-2025-2026-2027-2028-2029-2030-2031-2032-2033-2034-2035-2036-2037-2038-2039-2040-2041-2042-2043-2044-2045-2046-2047-2048-2049-2050-2051-2052-2053-2054-2055-2056-2057-2058-2059-2060-2061-2062-2063-2064-2065-2066-2067-2068-2069-2070-2071-2072-2073-2074-2075-2076-2077-2078-2079-2080-2081-2082-2083-2084-2085-2086-2087-2088-2089-2090-2091-2092-2093-2094-2095-2096-2097-2098-2099-2100-2101-2102-2103-2104-2105-2106-2107-2108-2109-2110-2111-2112-2113-2114-2115-2116-2117-2118-2119-2120-2121-2122-2123-2124-2125-2126-2127-2128-2129-2130-2131-2132-2133-2134-2135-2136-2137-2138-2139-2140-2141-2142-2143-2144-2145-2146-2147-2148-2149-2150-2151-2152-2153-2154-2155-2156-2157-2158-2159-2160-2161-2162-2163-2164-2165-2166-2167-2168-2169-2170-2171-2172-2173-2174-2175-2176-2177-2178-2179-2180-2181-2182-2183-2184-2185-2186-2187-2188-2189-2190-2191-2192-2193-2194-2195-2196-2197-2198-2199-2200-2201-2202-2203-2204-2205-2206-2207-2208-2209-2210-2211-2212-2213-2214-2215-2216-2217-2218-2219-2220-2221-2222-2223-2224-2225-2226-2227-2228-2229-2230-2231-2232-2233-2234-2235-2236-2237-2238-2239-2240-2241-2242-2243-2244-2245-2246-2247-2248-2249-2250-2251-2252-2253-2254-2255-2256-2257-2258-2259-2260-2261-2262-2263-2264-2265-2266-2267-2268-2269-2270-2271-2272-2273-2274-2275-2276-2277-2278-2279-2280-2281-2282-2283-2284-2285-2286-2287-2288-2289-2290-2291-2292-2293-2294-2295-2296-2297-2298-2299-2300-2301-2302-2303-2304-2305-2306-2307-2308-2309-2310-2311-2312-2313-2314-2315-2316-2317-2318-2319-2320-2321-2322-2323-2324-2325-2326-2327-2328-2329-2330-2331-2332-2333-2334-2335-2336-2337-2338-2339-2340-2341-2342-2343-2344-2345-2346-2347-2348-2349-2350-2351-2352-2353-2354-2355-2356-2357-2

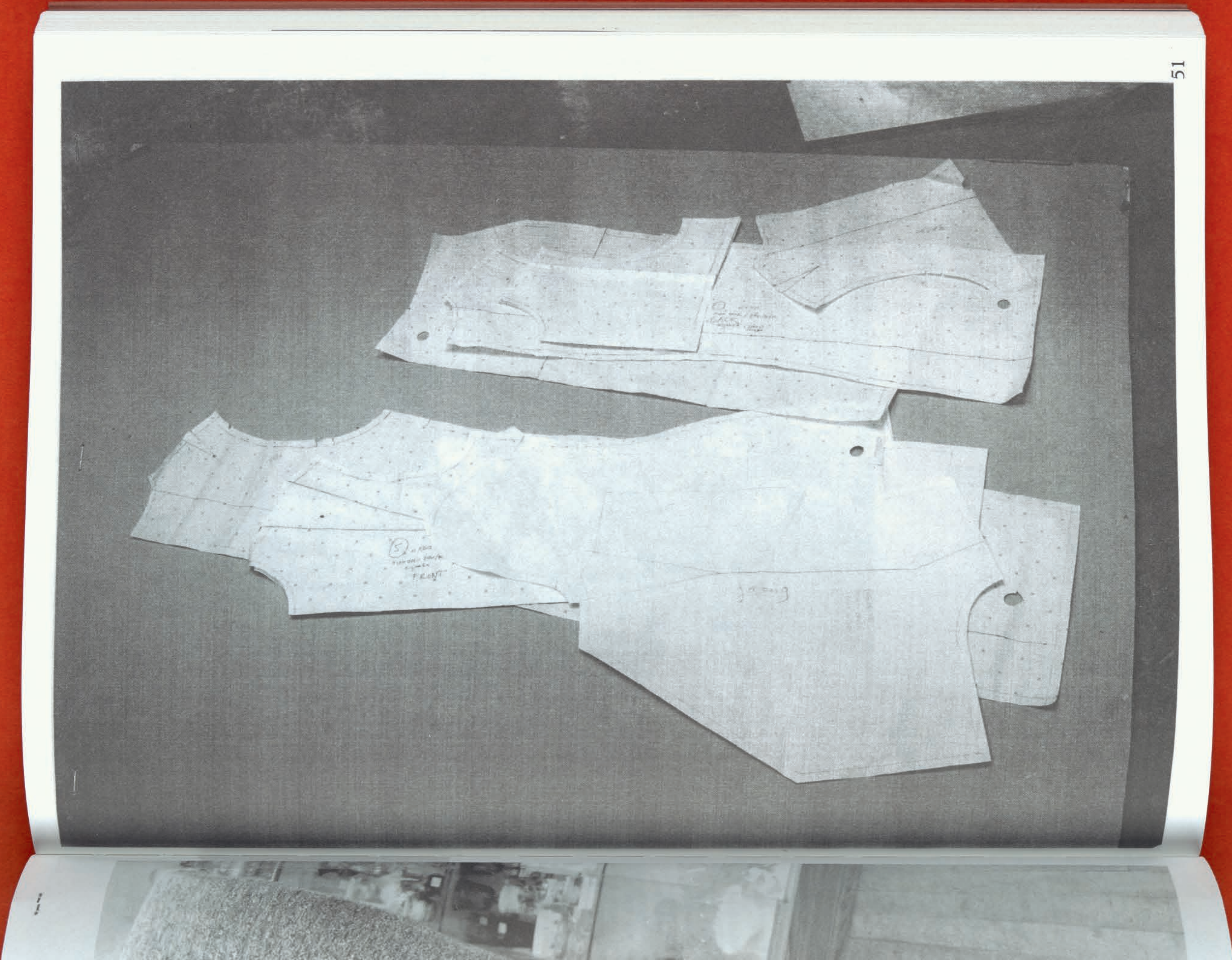


Fig. 3

Post office for Bern-Ostermundigen, architectural model, 1950s. (© PTT Archiv, Kőniz, OK 0117: 07)



The building is a modern structure, designed in the 1950s, and is located in Ostermundigen, a suburb of Bern. The building is a multi-story structure, with a checkered facade on the upper floors. The building is a modern structure, designed in the 1950s, and is located in Ostermundigen, a suburb of Bern. The building is a multi-story structure, with a checkered facade on the upper floors.



271

270

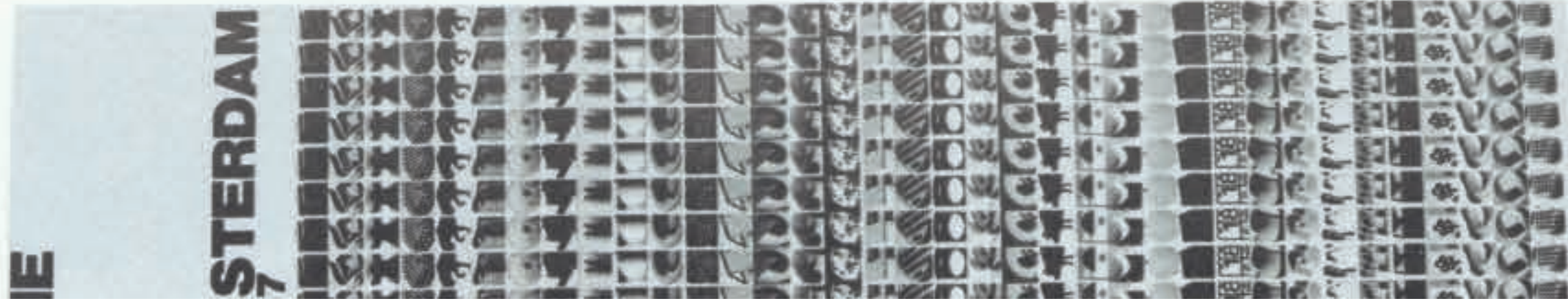




ri

iaq

rem



403 *Tutto Freud nella Biblioteca Boringhieri*, Boringhieri, 1966
70 x 46 cm

Un exemple de design italien, Musée des Arts décoratifs de la Ville, Lausanne, September–October 1973
70 x 46 cm

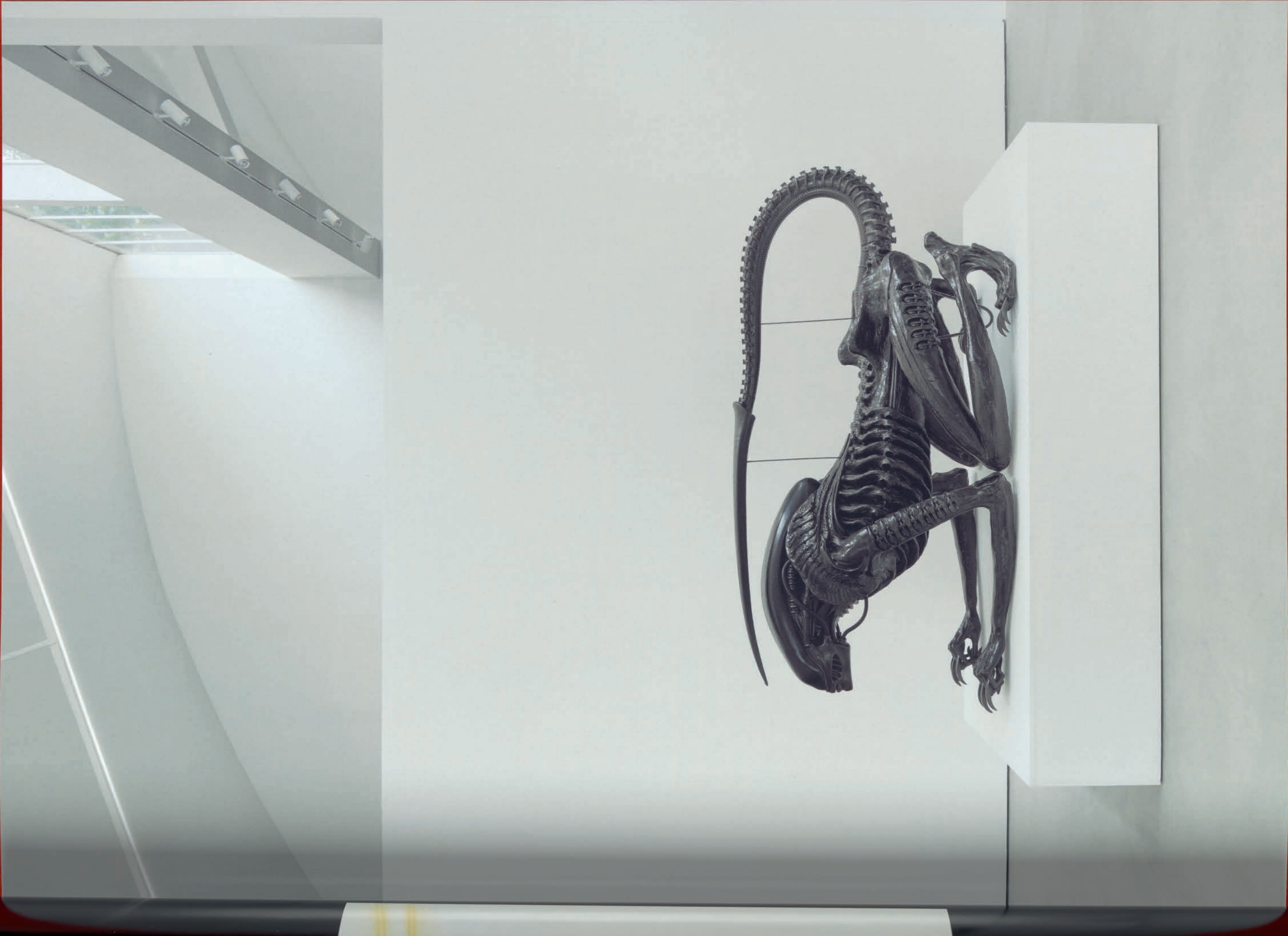
Olivetti, 1967
139.5 x 23 cm



Contenir, regarder, jouer, Musée des Arts décoratifs, Palais du Louvre, Pavillon de Marsan, Paris, January–March 1970
66 x 49 cm

Enzo Mari: dal progetto della mostra design e design alla XVI Triennale, Casa del Mantegna, Mantua, October–November 1980
70 x 50 cm





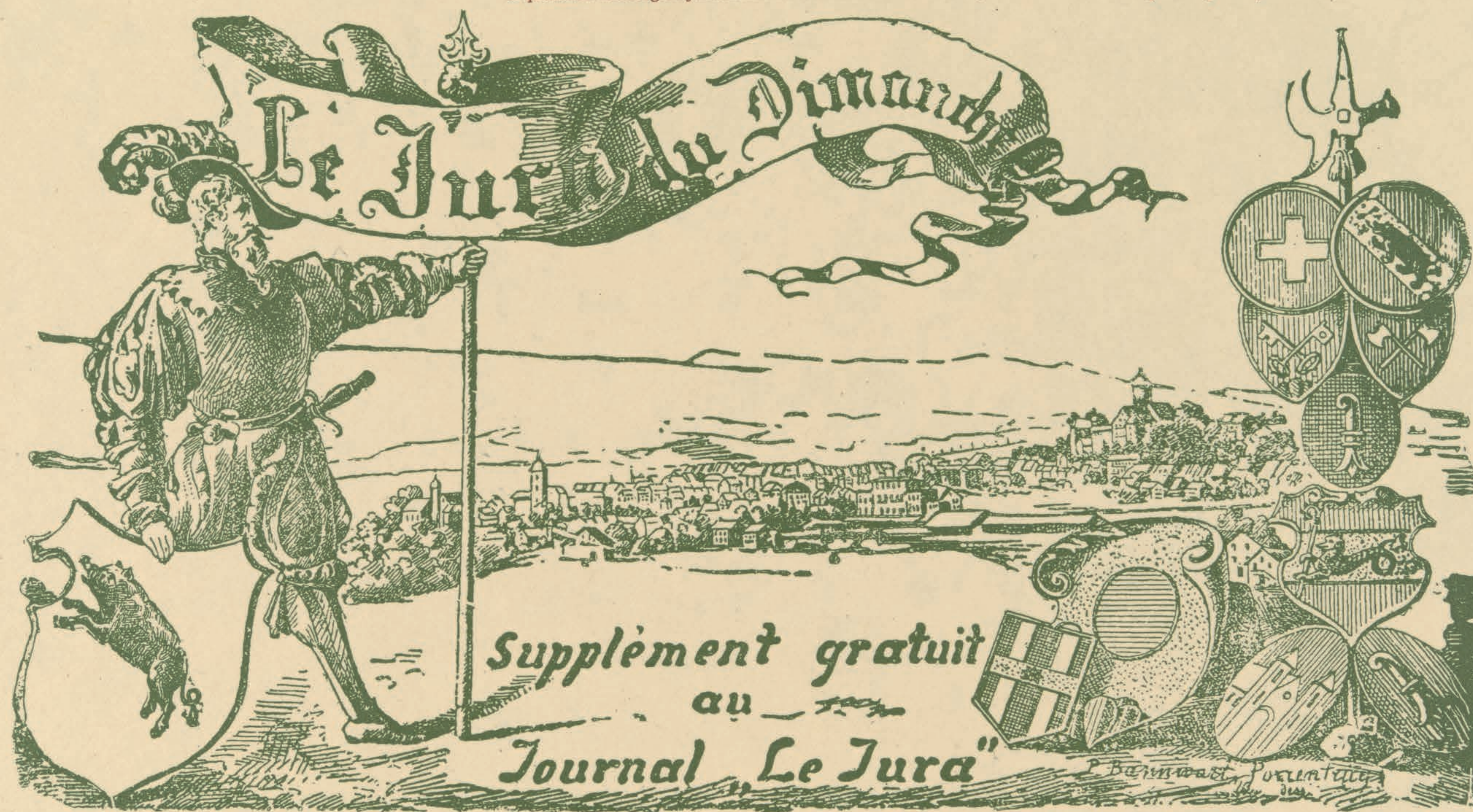


Rassemblées et mises en forme par Jean-Marc Juillerat
Traduites en français par *le Voïvin*

Société jurassienne d'émulation
ISBN 978-2-940043-81-1

Lettres patoises est un recueil de presque 150 lettres rédigées en patois jurassien et publiées entre 1896 et 1914 dans le *Jura du Dimanche*. Celles-ci ont été traduites grâce au travail du Cercle de patois de la Société jurassienne d'émulation (SJE), également appelé *Voïvin*. On y découvre, souvent au travers de l'humour, le quotidien de la région jurassienne au tournant du xx^{ème} siècle,

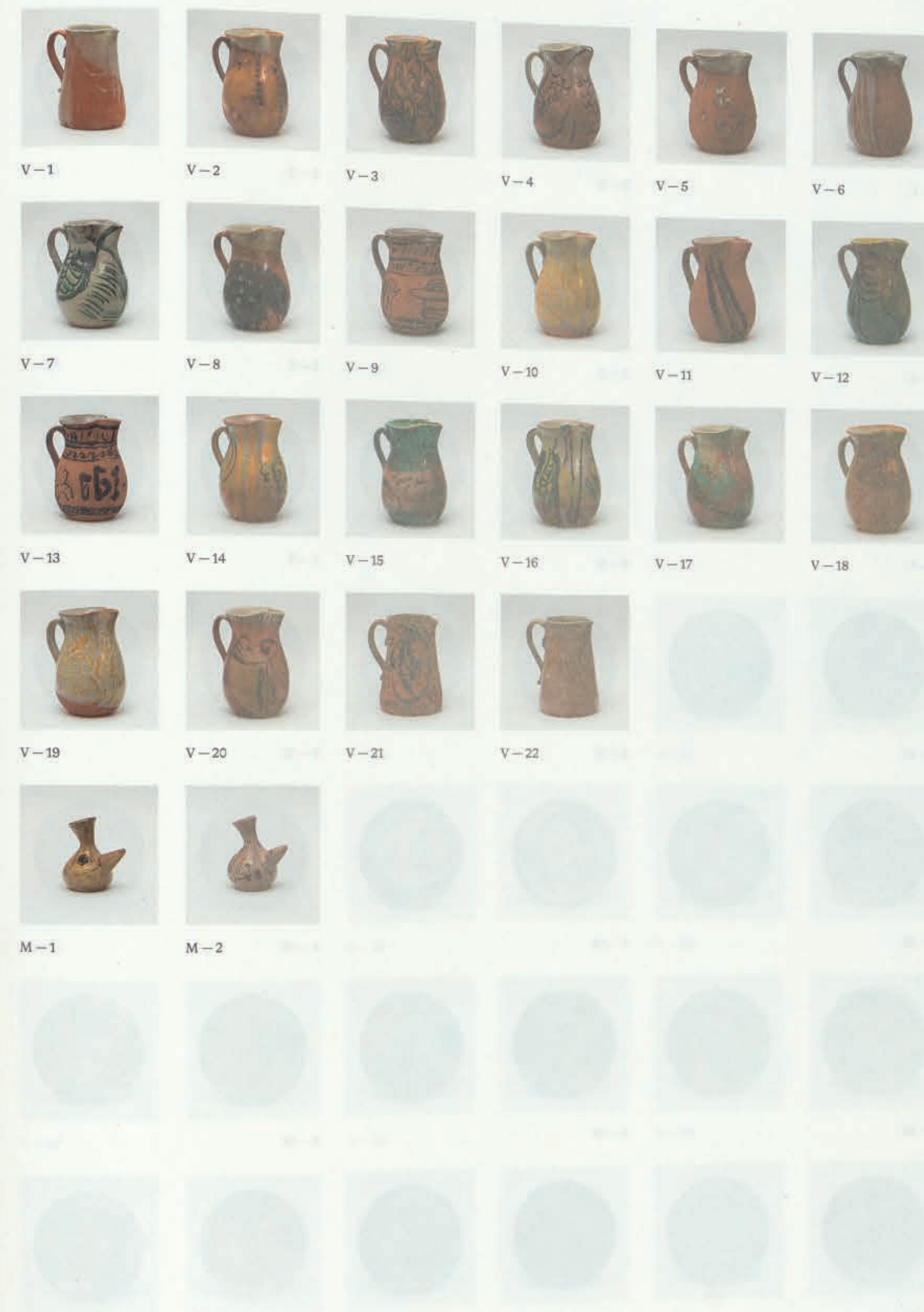
mais également les préoccupations d'anonymes quant à la sauvegarde de leur parler. Ce présent ouvrage est une manière de transmettre ces lettres, de mettre en lumière et pérenniser une identité, une histoire et une langue propre au Jura. Le lecteur y sera tantôt ému, tantôt amusé, mais toujours bercé par les sonorités si caractéristiques du patois jurassien.

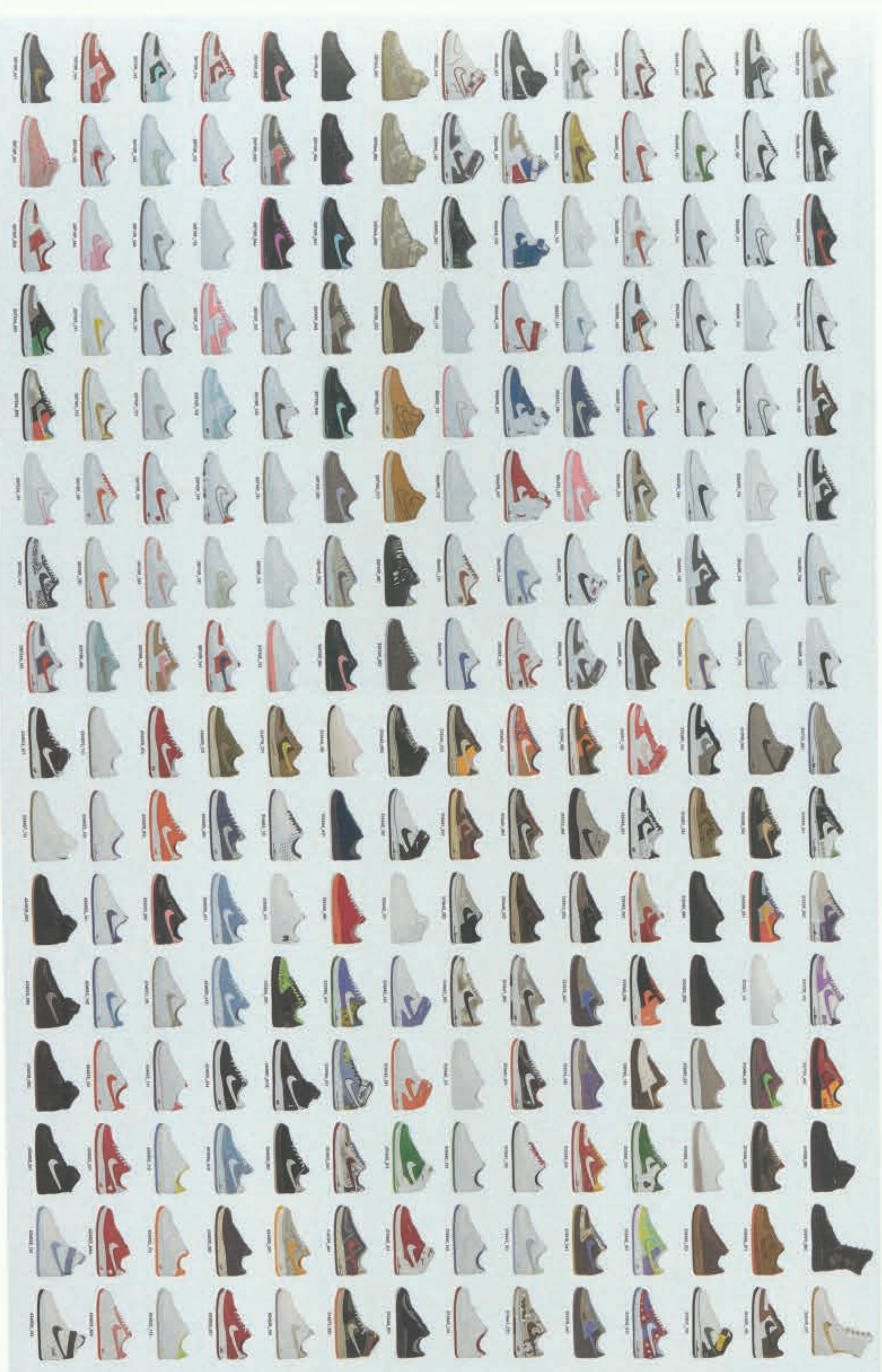


LARGE PLATES 106-124

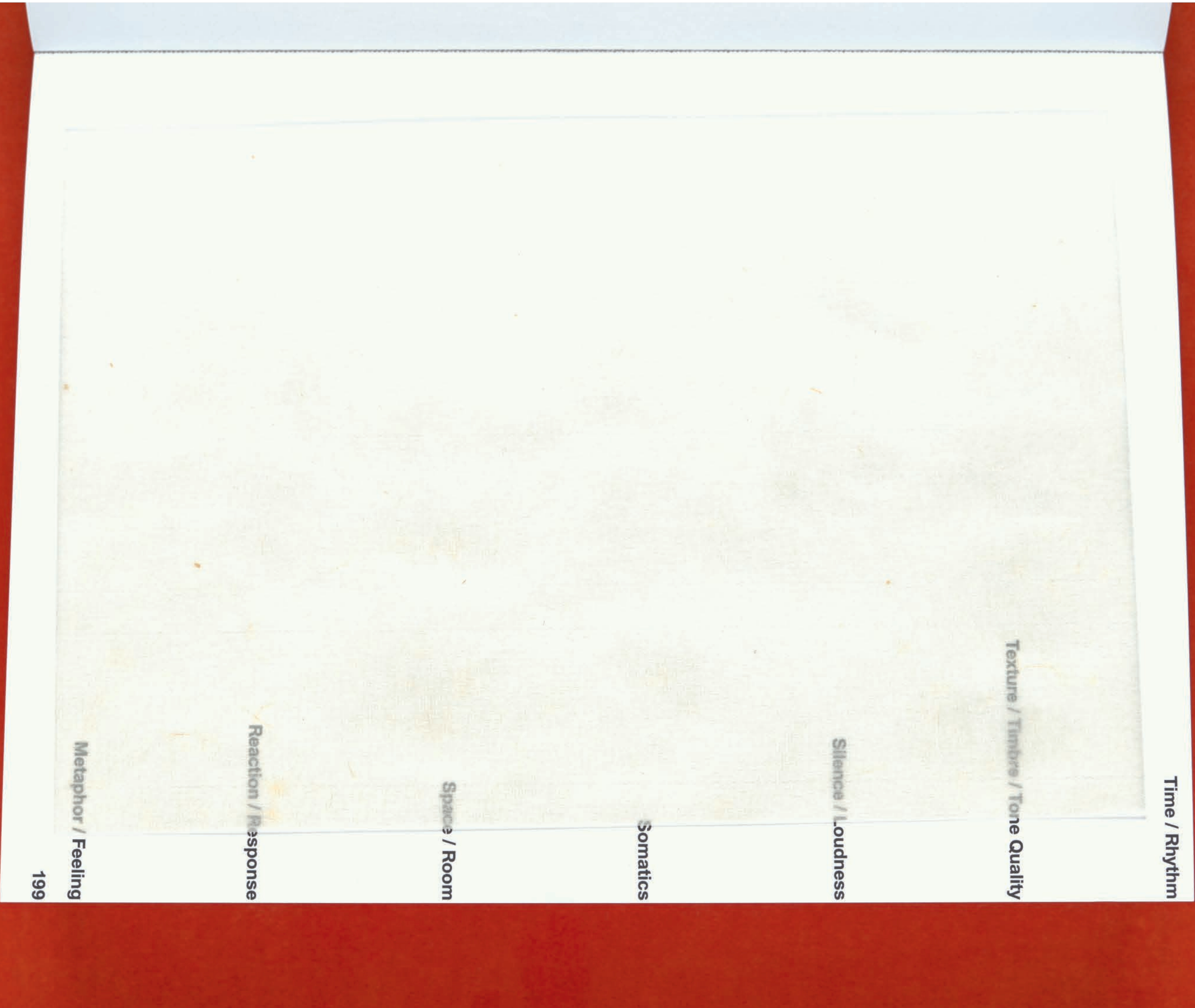


VASES 1-22 / MISCELLANEOUS 1-2





Extracts from the Air Force 1 thirtieth-anniversary "1thology" poster



Time / Rhythm

Texture / Timbre / Tone Quality

Silence / Loudness

Somatics

Space / Room

Reaction / Response

Metaphor / Feeling



Vue de Vevey du Mont-Pèlerin, (non daté), Huile sur toile de lin, 367×240 cm, Henri-Edouard Bercher (1877–1970)



20.33 RE Annemasse via Lausanne-Renens VD-Genève
20.33 RE Genève via Lausanne-Renens VD-Morges

façade ouest / V

20.36
20.38
R

Sullivan Street, 2019

3/4" birch plywood
nail

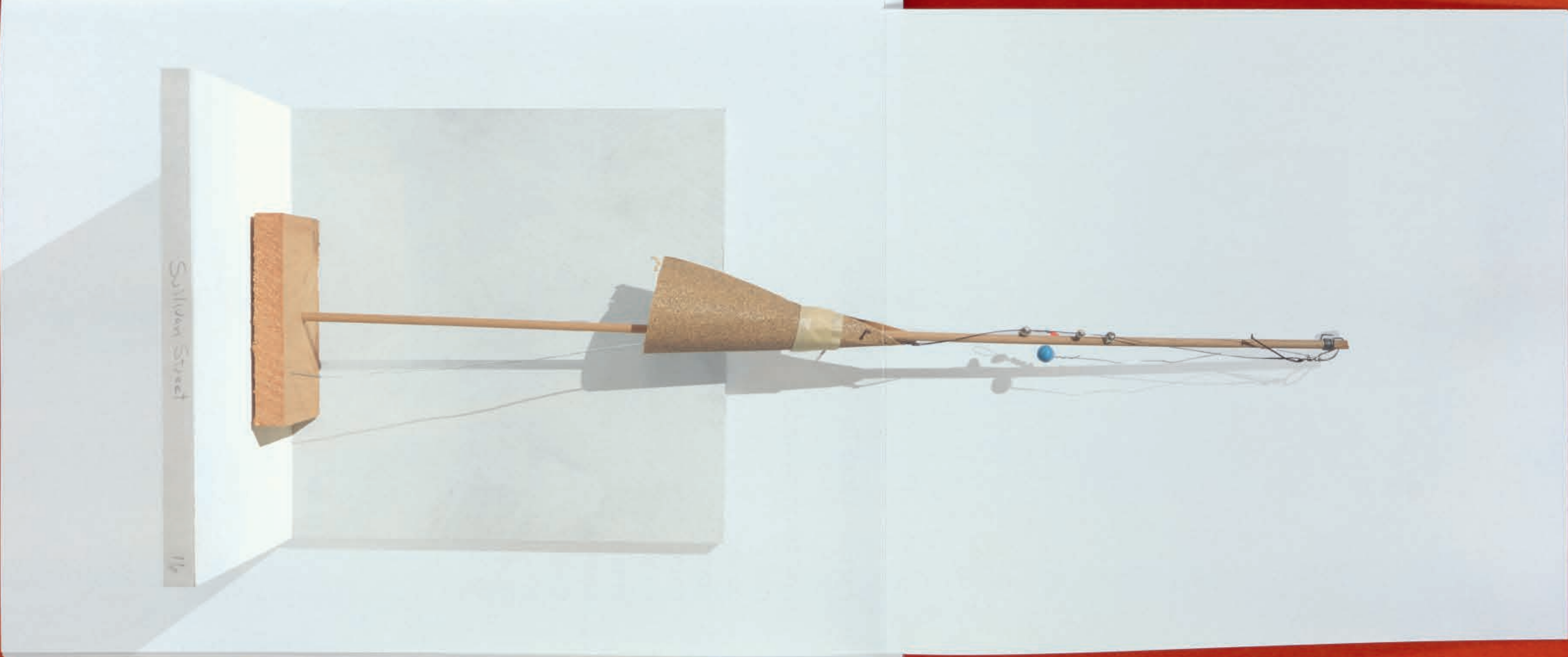
paper
graphite

paint
beads

wire
sandpaper

fish hook
fish wire

wood
77.8 x 30.5 x 30.5 cm
30 5/8 x 12 x 12 ins







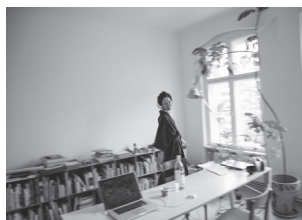
FUTTER
LINO DUBBLRE
FOODRA PORRO
100% POLYAMID NYLON
POLYAMIDE
POLYAMMIDA

100% COTTON
6% ELASTANE
94% COTON
6% ELASTHANIE
94% ALGODON
6% ELASTANO
94% BAUMWOLLE
6% ELASTHAN

MADE IN MADE



Krispin Heé, My Favourite Graphic Designer
 Krispin Heé, meine Lieblingsgraphikdesignerin
 Krispin Heé, la mia graphic designer preferita
 Krispin Heé, ma designer graphique préférée



A modest encomium by
 Patrick Frey

Ladies and gentlemen, I'd like if I may to begin with a brief observation. A couple of days before I started working on the laudation for Krispin Heé, I'd been writing an obituary of a Swiss fashion designer, and it occurred to me that in essence, the two kinds of text are very similar. They say you shouldn't speak ill of the dead, and that also applies to a laudation, an encomium: even the most curmudgeonly audience would surely balk at a negative comment smuggled into a speech of praise. The only real difference between an obituary and a laudation is that the individual to whom an obituary is dedicated is no longer around to hear it themselves. But that's by the by. Now here goes with my encomium:

Dear ragged types and left justifiers, venerable lacunae, corporate designers, widows and orphans, slab serifs, dingbats and swash-bucklers, dear semi-bold types, lightly condensed, bold and ultra-bold glyphs, esteemed paper-waiters and clean separators, line breakers and word spacemakers, Heé, Hounds of Baskerville, caro Bembo, Bodoni e Futura, cher Avenir, chers accidents grotesques, grüezi Herr Frutiger, dear sharp-tongued serif bottoms and curtailed en-dashers, print spacers, paleographers, minuscule accentrics, dear decorative ligatures and inverted commas, esteemed counters, hints and leadings, grey scales, margin notes and footnotes, Heé, dear half-titled dignitaries, listen up one and all: today is an upper-case red-letter day because a designer who is and works and communicates just as the first syllable of her uncommon and quirky first name – CRISP – suggests, with firmness, freshness, concision and clarity, the famously brisk Krispin Heé has been honoured with the treasured Jan Tschichold Award!

Over the last nine years, my publishing house has produced exactly twelve wonderful books with Krispin. So I could, impartially

Eine kleine Lobrede von
 Patrick Frey

Sehr geehrte Damen und Herren, gestatten Sie mir eine kleine Vorbemerkung. Ausgelöst durch die Tatsache, dass ich ein paar Tage vorher einen Nachruf über eine Schweizer Modeschöpferin geschrieben hatte, fiel mir bei der Arbeit an der Laudatio über Krispin Heé auf, dass die beiden Textsorten sich im Grunde sehr ähnlich sind. Man sagt ja: Über Tote nichts Schlechtes, und dies gilt auch für eine Laudatio, eine Lobrede, denn auch die schlimmsten Neidhammel wären natürlich entsetzt, an einer Laudatio etwas Schlechtes über die Gelobte zu erfahren. Ein Nachruf unterscheidet sich von einer Laudatio eigentlich nur insofern, als dass die Person, der das Nachgerufene gilt, dieses selbst nicht mehr hören kann. Doch das nur nebenbei, nun soll meine Lobrede beginnen:

Liebe Flattersätzler und Links-bündlerinnen, verehrte Leichen, Corporate Designers, Hurensöhne, Egyptiennes, Witwen, Findelkinder und Schustermädchen, liebe leichthalbfette Typen, schmalmagere, fette und ultrafette Glyphen, sehr verehrte Grammaturandinnen, Wortzwischenraumkosmetiker, Zeilenumbrüchlerinnen und Leerraumschrittmacher, Heé, Hounds of Baskerville, caro Bembo, Bodoni e Futura, cher Avenir, chers accidents grotesques, grüezi Herr Frutiger, liebe stark gekahlte Serifenunterkanten und beschnittene Gegenstrichler, Satzspieglerinnen, Paleografen und Minuskelakzentriker, geschätzte Zierligaturen und Gänsefüßchen, verehrte Punzen, Hints und Durchschüsse, Grauwerte, Marginalien und Fussnoten, Heé, liebe Schmutztitel, hört alle her, denn heute ist ein versaler Freudentag, weil eine Designerin, die genauso ist, arbeitet und kommuniziert, wie die erste Silbe ihres seltenen und seltsamen Vornamens – CRISP – verspricht, nämlich knackig, frisch, knapp und klar, weil also diese famose zackige Krispin Heé den begehrten Jan Tschichold-Preis entgegennehmen darf!

Un piccolo encomio di
 Patrick Frey

Signore e signori, consentitemi una breve osservazione preliminare. Aver scritto pochi giorni prima un necrologio per una stilista svizzera mi ha spinto a notare, mentre lavoravo all'encomio per Krispin Heé, quanti tratti questi due generi testuali abbiano in fondo in comune. Si dice infatti che non bisogna parlare male dei morti, e questo vale anche per gli encomi, che sono tributi di lode: perché anche i più infimi invidiosi sarebbero ovviamente scandalizzati nel sentire qualcosa di negativo in un elogio. In pratica un necrologio si differenzia da un encomio solo per il fatto che chi lo riceve non è più in condizione di ascoltarlo. Ma questa è solo una breve considerazione a latere. Passiamo al mio elogio:

Cari sbandieratori e pregiate allineatrici a sinistra, venerabili lasciature, corporate designer, vedove, Egyptienne, orfane e bastardi, cari tipi semibold light, glifi supersnelli, grassetti standard e ultra, onorevolissime maghe della grammatura, cosmetici della spaziatura, interruttori di riga e spaziatori di parole, Heé, mastini di Baskerville, caro Bembo, Bodoni e Futura, cher Avenir, chers accidents grotesques, grüezi Herr Frutiger, care estremità oltremodo aggraziate e lineette rifilate, compositrici, paleografi e amanti degli accenti sulle minuscole, pregiate legature decorative e virgolette, onorevoli contatori, istruttori di hinting e interlinee, grigi medi, note a margine e a piè di pagina, Heé, cari occhelli, udite udite! Oggi è giornata di Gioia con la maiuscola, perché una designer che si pone, lavora e comunica proprio come promette la prima sillaba del suo raro e insolito nome – CRISP –, cioè in modo croccante, fresco, conciso e chiaro, a questa magnifica e poliedrica Krispin Heé è stato conferito il tanto ambito Premio Jan Tschichold!

Negli ultimi nove anni la mia casa editrice ha realizzato con Krispin dodici meravigliosi libri. Potrei

Une petite *laudatio* de
 Patrick Frey

Mesdames et Messieurs, permettez-moi une petite remarque liminaire. Voilà quelques jours, j'ai rédigé la nécrologie d'une créatrice de mode suisse. Il m'est apparu, travaillant sur la *laudatio* de Krispin Heé, que les deux genres de textes sont au fond très semblables. Ne dit-on pas: *de mortuis nihil nisi bonum*? Et cela vaut aussi pour une *laudatio*, un éloge, car même les pires envieux seraient bien sûr effarés d'entendre, dans ces circonstances, dire du mal de la personne qu'on honore. La seule différence entre une nécrologie et une *laudatio*, c'est que le destinataire de la nécrologie n'est plus en mesure de l'entendre. Cela dit en passant; j'en viens maintenant à ma *laudatio*.

Chers compositeurs en drapeau et aligneuses à gauche, honorés cadavres, Corporate Designers, fils de putes¹, égyptiennes, veuves, orphelins et orphelines, chers caractères demi-gras légers, chers glyphes maigres, gras et ultragras, honorés grammageurs, cosméticiens des espaces entre mots, découpeurs de lignes et faiseurs d'approche², chère Heé, Hounds of Baskerville, caro Bembo, Bodoni et Futura, cher Avenir, chers accidents grotesques³, grüezi Herr Frutiger, chers bords inférieurs d'empattements fortement cannelés, chers poseurs de tirets semi-cadrats, compositrices de miroirs de page, paléographes et accentueurs de minuscules, chères ligatures ornementales et chers guillemets, honorés contre-poinçons, hints et blancs d'interlignage⁴, valeurs de gris, notes marginales et notes en bas de page, chère Heé, chers faux titres, écoutez tous, car aujourd'hui est un jour de joie majuscule: une designer qui est, travaille et communique exactement comme le promet la première syllabe de son rare et étrange prénom – CRISP – c'est-à-dire, en anglais, croustillant, frais, concis et clair, parce que, donc, la fameuse et fringante Krispin Heé est admise à recevoir le prix Jan Tschichold, si convoité!

and objectively, shower her with 3,141 characters (including spaces) of praise, but prefer instead to tell the little story of the cover for *Das Fremde ist nur in der Fremde fremd*.

The catalogue, with a slightly modified quotation from Karl Valentin as its title, was produced in 2014 for the Museum Rietberg. Krispin had the actual cover picture (an exotic coconut palm in black and white) printed on the shrink wrap – to the consternation of first the printers and then the museum, because it meant that you had to destroy the cover in order to read the book, with all the anguish that entailed. Krispin used that anguish to frustrate conventional expectations and, in the process, raised the gesture of ripping open the packaging – an act long since bereft of meaning – to a new level of consciousness. And it is the same anguish that here, quite subtly, provokes what we might call a primary aesthetic experience: the realisation that our perception of the beautiful and the foreign is inextricably bound up with transience, death and irretrievability. That is how Krispin Heé thinks and designs, and for that reason alone, this award is richly deserved.

Mein Verlag hat in den letzten neun Jahren genau zwölf wunderbare Bücher mit Krispin gemacht. Ich könnte sie also gänzlich unbefangen und objektiv mit 3209 Zeichen (inklusive Leerzeichen) Lob überhäufen, will aber nur die kleine Geschichte vom Cover von *Das Fremde ist nur in der Fremde fremd* erzählen.

Der Katalog mit dem leicht abgeänderten Karl-Valentin-Zitat als Titel entstand 2014 für das Museum Rietberg. Krispin liess, was erst die Druckerei und dann das Museum in den Wahnsinn trieb, das eigentliche Coverbild – eine exotische Kokospalme in Schwarzweiss – auf die Einschweissfolie drucken, so dass das Cover zerstört wurde, wenn man das Buch anschauen wollte, was tatsächlich zu einer schmerzhaften Empfindung führte. Es war dieser Schmerz, mit dem Krispin eine konventionelle Erwartung enttäuschte und dadurch den längst sinnentleerten Gestus des Folienaufreissens auf einen neuen Level der Bewusstheit hob. Und es ist derselbe Schmerz, mit dem hier ganz subtil eine sozusagen primäre ästhetische Erfahrung provoziert wird, nämlich die, dass die Wahrnehmung des Schönen und des Fremden gleichermassen zwingend mit Vergänglichkeit, Tod und Unwiederbringlichkeit verbunden ist. So denkt und designt Krispin Heé, und schon alleine deshalb hat sie diesen Preis hoch verdient.

quindi snocciolare oggettivi complimenti a iosa per 3255 caratteri (spazi inclusi), ma preferisco limitarmi a raccontare la breve storia della copertina di *Das Fremde ist nur in der Fremde fremd*.

Si tratta di un catalogo che reca come titolo una lieve variazione della citazione di Karl Valentin «solo nell’estraneità l’estraneo è estraneo», realizzato nel 2014 per il Museo Rietberg. Provocando notti insonni prima agli stampatori e poi al personale del museo, Krispin ha fatto stampare l’immagine di copertina – un’esotica palma di cocco in bianco e nero – sull’imballaggio in cellophane: se si voleva guardare il libro, quindi, bisognava rompere la copertina, con un innegabile sensazione di dispiacere. Suscitando questo dolore Krispin infrangeva un’aspettativa convenzionale e innalzava a un nuovo livello di consapevolezza un gesto ormai insignificante come quello di lacerare il rivestimento. Ed è lo stesso dolore con cui qui, con grande delicatezza, viene indotta un’esperienza estetica per così dire primaria, ovvero quella di una percezione del Bello e dell’Altro da sé indissolubilmente legata in egual misura alla transitorietà, alla morte e all’irreversibilità. È così che Krispin Heé pensa e progetta, e già solo per questo si è più che meritata questo premio.

Ma maison d’édition, au cours des neuf dernières années, n’a pas réalisé moins de douze magnifiques livres avec Krispin. J’aurais donc pu la combler d’un éloge objectif et sans complexe de 3354 signes (espaces compris), mais je veux me contenter de raconter la petite histoire de la couverture de « Das Fremde is nur in der Fremde fremd. »

Le catalogue, avec pour titre la citation de Karl Valentin légèrement modifiée, a été publié en 2014 pour le Musée Rietberg. À l’imprimerie puis au musée on s’arracha les cheveux parce que Krispin fit imprimer l’image de la couverture proprement dite – un cocotier exotique en noir et blanc – sur son emballage de cellophane, si bien que regarder le livre revenait à détruire la couverture. Voilà qui ne manquait pas de provoquer une sensation douloureuse. Avec cette douleur, Krispin décevait une attente conventionnelle, élevant ainsi le niveau de conscience d’un geste depuis longtemps vidé de son sens : déchirer la protection de cellophane. Et cette même douleur provoquait de manière extrêmement subtile ce qu’on pourrait appeler une expérience esthétique primaire, à savoir que la perception du beau et de l’insolite est en quelque sorte inévitablement liée à l’éphémère, à la mort, à ce qui ne peut se retrouver. Ainsi pense et travaille Krispin Heé, et ne serait-ce que pour cela, elle mérite hautement ce prix.

1 Ou « Hurenkind ». C’était ainsi qu’on désignait jadis les « veuves » en typographie (ndt).
2 « L’approche » désigne en typographie le blanc entre les signes (allemand dit « Leerraumschrittmacher »).
3 Les cinq derniers mots sont en français dans le texte original (ndt).
4 L’allemand distingue « Zeilendurchschuss », employé ici, et le « Zeilenabstand », Le français parle de « blanc d’interlignage » et d’« interligne » (ndt).

Jan Tschichold Award 2021
Jan Tschichold Award 2021
Premio Jan Tschichold 2021
Prix Jan Tschichold 2021

Organised by the FOC since 1997, the Jan Tschichold Award recognises outstanding achievements in book design by an individual, group or institution. The winner is chosen on the recommendation of the jury independently of *The Most Beautiful Swiss Books* competition. This year’s award goes to Krispin Heé.

Born in 1979, Krispin Heé has been working independently for more than 10 years. She currently divides her time between Zurich and Berlin but has also previously worked in St.Gallen, Bern and Leipzig. Those places seem to have had a lasting impact on a graphic vision that is at once open and aware of the issues at stake in contemporary graphic design. Her books, which have been honoured a number of times in *The Most Beautiful Swiss Books* competition, are emblematic of a practice that is highly varied in visual terms yet invariably precise when it comes to execution. *Lily Keller*, *Art Décor* and *Die Verwandte*, winners in 2015, 2016 and 2019 respectively, attest to an artistic direction that is strong but also respectful of the content it is dealing with, rejecting any signature effect in order to foreground the project’s identity. The jury commends that dedication and rigour.

Mit dem Jan-Tschichold-Preis zeichnet das BAK seit 1997 eine Persönlichkeit, eine Gruppe oder eine Institution für hervorragende Leistungen in der Buchgestaltung aus. Die Auszeichnung wird auf Empfehlung der Jury und unabhängig vom Wettbewerb «Die schönsten Schweizer Bücher» verliehen. In diesem Jahr geht der Jan-Tschichold-Preis an Krispin Heé.

Krispin Heé wurde 1979 geboren. Seit über 10 Jahren arbeitet sie freischaffend. Im Moment lebt sie in Zürich und Berlin, zuvor war sie auch in St.Gallen und Leipzig tätig. Die wechselnden Orte scheinen ihre offene Vision des Grafikdesigns, das sich der zeitgenössischen Herausforderungen bewusst ist, nachhaltig geprägt zu haben. Ihre Bücher wurden schon mehrfach als «schönste Schweizer Bücher» ausgezeichnet und stehen für eine Buchgestaltung, die visuell sehr vielfältig und in der Umsetzung immer präzis ist. «Lily Keller», «Art Décor» oder «Die Verwandte» wurden in den Wettbewerben von 2015, 2016 und 2019 prämiert und sind Zeugen einer starken künstlerischen Direktion, die persönliche Effekte ablehnt, um die Identität eines Projekts zu unterstreichen. Die Jury würdigt dieses Engagement und diese anspruchsvolle Haltung.

Dal 1997 l’Ufficio federale della cultura (UFC) assegna il Premio Jan Tschichold a una personalità, un’istituzione o un gruppo contraddistintosi per prestazioni straordinarie nella grafica di libri. Questo riconoscimento è conferito su proposta della giuria indipendentemente dal concorso «I più bei libri svizzeri». Il premio Jan Tschichold di quest’anno va a Krispin Heé.

Nata nel 1979, Krispin Heé svolge un’attività indipendente da oltre dieci anni. Attualmente vive e opera tra Zurigo e Berlino, in passato ha lavorato anche a San Gallo, Berna e Lipsia. Nel suo graphic design, dalla concezione aperta ma al contempo consapevole delle sfide del mondo moderno, sembra di rivedere il segno lasciato da tutti questi luoghi. I suoi libri, spesso premiati nel concorso «I più bei libri svizzeri», sono rappresentativi di una pratica molto varia sotto il profilo visivo ma sempre precisa in termini di realizzazione. *Lily Keller*, *Art Décor* e *Die Verwandte*, premiati rispettivamente nel 2015, 2016 e 2019, sono testimonianza di una direzione artistica solida ma rispettosa dei contenuti, che si astiene dall’apporte qualsiasi elemento distintivo personale per lasciare piuttosto spazio all’identità del progetto. La giuria riconosce questo impegno e questo atteggiamento esigente.

Depuis 1997, l’OFC récompense avec le Prix Jan Tschichold une personnalité, un groupe ou une institution dont les réalisations sont remarquables dans le domaine de la conception graphique du livre. Ce prix est décerné sur proposition du jury, sans lien avec le concours des « Plus beaux livres suisses ». Cette année, le Prix Jan Tschichold est attribué à Krispin Heé.

Née en 1979, Krispin Heé travaille de manière indépendante depuis plus de 10 ans. Si elle partage son temps actuellement entre Zurich et Berlin, elle a également exercé par le passé à St-Gall, Berne puis Leipzig. Ces lieux semblent avoir durablement marqué une vision graphique à la fois ouverte et consciente des enjeux graphiques contemporains. Ses livres, fréquemment primés au concours des plus beaux livres suisses, sont emblématiques d’une pratique visuellement très variée mais toujours précise en terme de réalisation. « Lily Keller », « Art Décor » ou encore « Die Verwandte », lauréats en 2015, 2016, 2019, témoignent d’une direction artistique forte mais respectueuse des contenus traités, qui refuse tout effet de signature pour laisser la place à l’identité du projet. Le jury salue cet engagement et cette position exigeante.

The Competition Der Wettbewerb Il concorso Le concours					
An initiative of the Federal Office of Culture (FOC), <i>The Most Beautiful Swiss Books</i> competition aims to honour outstanding achievements in book design and to promote and showcase high-quality book production. The award-winning publications also take part in numerous book fairs and an exhibition tour in Switzerland and abroad, where they attract the attention of a wide audience.	Der Wettbewerb «Die schönsten Schweizer Bücher» wurde auf Initiative des Bundesamts für Kultur (BAK) lanciert, um die besten grafischen Arbeiten der Buchgestaltung auszuzeichnen und die Qualität der Buchproduktion zu fördern. Die ausgezeichneten Bücher werden im Anschluss normalerweise an zahlreichen Buchmessen gezeigt und auf einer Tournee in der Schweiz und im Ausland einem breiten Publikum vorgestellt.	Il concorso «I più bei libri svizzeri», indetto su iniziativa dell'UFC, si propone di riconoscere le migliori realizzazioni grafiche nell'ambito del libro, incoraggiando e valorizzando la qualità della produzione. Le opere premiate partecipano poi a numerose fiere del settore e a un tour di mostre in Svizzera e all'estero, dove possono catturare l'attenzione di un vasto pubblico.	Le concours « Les plus beaux livres suisses » lancé à l'initiative de l'Office fédéral de la culture (OFC) entend à la fois distinguer les meilleures réalisations graphiques dans le domaine du livre, encourager et valoriser la qualité de la production. Dans un deuxième temps, les ouvrages primés participent à de nombreuses foires du livre et à une tournée d'expositions en Suisse et à l'étranger, où ils attirent l'attention d'un large public.		
There are a total of 19 winning publications in the 2020 competition. They were selected from among the 370 submissions that met the eligibility criteria, on the recommendation of the jury. In view of the health restrictions imposed in response to Covid-19, an ad hoc jury was convened consisting of the following members: Gilles Gavillet (chair), Nicolas Eigenheer, Simone Farner, Sereina Rothenberger and Gesa Schneider. Over two days rather than three (due to public health restrictions), the works were examined in minute detail from the perspectives of graphic design and typography, quality of printing and binding, and attention to the materials used.	2020 wurden 19 Bücher ausgezeichnet. Sie wurden auf Empfehlung der Jury aus 370 den Aufnahmekriterien entsprechenden Eingaben ausgewählt. Wegen der Einschränkungen aufgrund der gesundheitlichen Lage wurde eine interimistische Jury eingesetzt. Sie bestand aus Gilles Gavillet (Jurypräsident), Nicolas Eigenheer, Simone Farner, Sereina Rothenberger und Gesa Schneider. Während zwei (statt der üblichen drei) Tagen wurden die Werke in Bezug auf die grafische und typografische Konzipierung, die Qualität des Drucks und der Bindung sowie den Umgang mit den verwendeten Materialien genau geprüft.	Sono 19 le pubblicazioni vincitrici dell'edizione 2020, scelte su raccomandazione della giuria fra 370 risultate conformi ai criteri di ammissione. In considerazione dei vincoli imposti dal Covid-19, è stata istituita una giuria ad interim composta da Gilles Gavillet (presidente), Nicolas Eigenheer, Simone Farner, Sereina Rothenberger e Gesa Schneider. Nell'arco di due giorni anziché tre (per effetto delle restrizioni sanitarie) i libri sono stati sottoposti a un attento esame che ha valutato la realizzazione grafica e tipografica, la qualità della stampa e della rilegatura, come pure l'attenzione ai materiali utilizzati.	Les publications lauréates de cette édition 2020 sont au nombre de 19. Elles ont été désignées parmi 370 envois répondant aux critères d'admission, sur recommandation du jury. Au vu des restrictions sanitaires imposées par la Covid-19, un jury intérimaire a été institué. Il était composé des membres suivants : Gilles Gavillet (président du Jury), Nicolas Eigenheer, Simone Farner, Sereina Rothenberger et Gesa Schneider. Durant deux jours au lieu de trois (restrictions sanitaires obligent), les ouvrages ont été minutieusement examinés, du point de vue de la conception graphique et typographique, de la qualité d'impression et de la reliure, ainsi que de l'attention aux matériaux utilisés.		

43 **Sympathie**

CAN Centre d'art Neuchâtel
CAN team – Martin Jakob, Sylvie Linder, Magali Pexa, Nicolas Raufaste, Julian Thompson, Liza Trotter,
Sebastian Verdon, Neuchâtel
Noémie Gygax, Neuchâtel
Noémie Gygax, Neuchâtel
Noémie Gygax, Neuchâtel
CAN team – Martin Jakob, Sylvie Linder, Magali Pexa, Nicolas Raufaste, Julian Thompson,
Liza Trotter, Sebastian Verdon, Neuchâtel
AS Ivory Regular, Italic, Regular Mono (Aurèle Sack)
Book: Profibulk 1.1, 135 g/m², Fischer Papier AG; Poster: Bavaria Gloss, 90 g/m²,
Fischer Papier AG
Stone Natural, 300 g/m², Fischer Papier AG
Musumeci S.p.A., Quart (IT)
Musumeci S.p.A., Quart (IT)
Musumeci S.p.A., Quart (IT)
Offset
Heidelberg Speedmaster XL 106
Ultrafine Sublima screen, 280 lpi
Musumeci S.p.A., Quart (IT)
Softcover, Otabind
88 p.
250
204 × 308 mm
CAN Centre d'art Neuchâtel
500
CHF 24.–
EUR 22.–
978-2-9701371-0-8

255 Tenant of Culture

Charles Asprey, Antonia Marsh, London (UK)
 Tenant of Culture (Hendrickje Schimmel), London (UK); Jeppe Ugelvig, New York (US); 650mAh, London (UK)
 Ard – Guillaume Chuard, Lausanne / London (UK), Daniel Kang Yoon Nørregaard, London (UK)
 Ard – Guillaume Chuard, Lausanne / London (UK), Daniel Kang Yoon Nørregaard, London (UK)
 Ard – Guillaume Chuard, Lausanne / London (UK), Daniel Kang Yoon Nørregaard, London (UK)
 Theo Christelis, London (UK)
 British Rail Medium (Margaret Calvert)
 Essential Gloss, 100 g/m²; Magno Satin, 170 g/m²;
 Essential Offset, 80 g/m², Premier Paper Group (UK); Context Yellow, 140 g/m²
 Paperback (UK)
 Optima Grey, 475 g/m², Premier Paper Group (UK)
 Pureprint Group, Uckfield (UK)
 Pureprint Group, Uckfield (UK)
 Offset
 Hot-foil stamping, inkjet printing on spine gauze
 Heidelberg XL 106
 AM screening, 80 and 120 lpi, and FM screening, 200 lpi
 Diamond Print Services, Enfield (UK)
 Softcover, thread-stitched with visible gauze
 96p.
 126
 235 × 300 mm
 Charles Asprey, Soft Opening, London (UK)
 400
 EUR 35.–
 978-1-63625-422-7

This Is Not a Commercial

Veli & Amos, Zürich
 Esther Eppstein, Zürich
 Teo Schifferli, Zürich
 Teo Schifferli with Fabian Fretz, Zürich
 Teo Schifferli with Fabian Fretz, Zürich
 Veli & Amos, Esther Eppstein, and various, Zürich
 Various
 Arial Bold (Monotype)
 Maxi Gloss, 100 g/m², Papyrus AG; Chantaffiche, 115 g/m²,
 Kämmerer Paper GmbH (DE)
 Invercote G, 200 g/m², Papyrus AG
 Dexter Printmedia, London (UK)
 DZA Druckerei zu Altenburg GmbH, Altenburg (DE)
 DZA Druckerei zu Altenburg GmbH, Altenburg (DE)
 Offset
 Screenprinting on spine
 KBA Rapida 106
 AM screening, 43 lpi, and FM screening
 DZA Druckerei zu Altenburg GmbH, Altenburg (DE)
 Softcover, perfect-bound
 356 p.
 232
 195 × 260 mm
 Edition Patrick Frey, Zürich
 800
 CHF 52.–
 EUR 52.–
 978-3-907236-07-9

Nicole Udry, Bern

Tan Wälchli, Zürich / Berlin

In collaboration with Albert Ferré, Montréal (CA); Charlotte McInnes, London (UK);

Emilia Terragani, London (UK); Mélinda Fleury, Porrentruy; Franz König, Berlin (DE)

Patrick Frey, Zürich

Photography: Cheongjin Keem, Berlin

Samuel Bänziger, Rosario Florio, Larissa Kasper, St.Gallen

Nicole Udry, Bern

Marie-France Lombardo, Zürich

Clara Chayan, Lausanne (Directory of publishers)

Matthias Gabi, Zürich

Larissa Kasper, St.Gallen

L.E. Wolfensberger, Birmensdorf

Bubu, Mönchaltorf

Bavaria Gloss, 90 g/m²; Tatami White, 250 g/m²

Hannon (Optimo)

3000

Switzerland / Germany / Austria: Edition Hochparterre, Zürich, www.edition.hochparterre.ch

International: Idea Books, Amsterdam, www.ideabooks.nl

978-3-909928-67-5

Printed in Switzerland

© 2021, Federal Office of Culture, Bern, and the authors. Financed by the Federal Office of Culture as part of its programme for promoting book design in Switzerland.

Geoff Spearing (English); Mauro Di Cioccio, Denise Hofer, Philippe Moser (German); Matteo Cais (Italian);

Étienne Barilier (French), Till Zimmermann (Jury review, French)

Jonathan Fox (English); Denise Hofer, Philippe Moser, Karin Schneuwly (German); Annie Urselli.

Jonathan Fox (English); Denise Heller, Philippe Moser, Raimo Seppälä (German); Anne Sören,
Marie-France Lombardo (Italian); Marielle Larré (French); Jonathan Fox, Robert Huber (Technical index);

Trajanov Melissa, FOC intern, with Andrea Rosser (Directory of publishers)

Special thanks to all the publishers for their collaboration and implication.



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Edigennössisches Département des Innern EDI
Département fédéral de l'intérieur DFI
Dipartimento federale dell'interno DFI
Department federal da l'intern DFI
Bundesamt für Kultur BAK
Office fédéral de la culture OFC
Ufficio federale della cultura UFC
Uffizi federal da cultura UFC