
Ais/Design
Journal

Storia e Ricerche



AIS/DESIGN JOURNAL

STORIA E RICERCHE

VOL. 5 / N. 10

DICEMBRE 2017

STORIE DI DESIGN

ATTRAVERSO E DALLE FONTI

ISSN

2281-7603

PERIODICITÀ

Semestrale

INDIRIZZO

AIS/Design

c/o Fondazione ISEC

Villa Mylius

Largo Lamarmora

20099 Sesto San Giovanni

(Milano)

SEDE LEGALE

AIS/Design

via Cola di Rienzo, 34

20144 Milano

CONTATTI

journal@aisdesign.org

WEB

www.aisdesign.org/ser/

Ais/Design
Journal

Storia e Ricerche

DIRETTORE Raimonda Riccini, Università Iuav di Venezia
direttore@aisdesign.org

COMITATO DI DIREZIONE Fiorella Bulegato, Università Iuav di Venezia
Maddalena Dalla Mura, Università Iuav di Venezia
Carlo Vinti, Università di Camerino
editors@aisdesign.org

**COORDINAMENTO
REDAZIONALE** Marinella Ferrara, Politecnico di Milano
caporedattore@aisdesign.org

COMITATO SCIENTIFICO Giovanni Anceschi
Jeremy Aynsley, University of Brighton
Alberto Bassi, Università Iuav di Venezia
Tevfik Balcioglu, Yasar Üniversitesi
Giampiero Bosoni, Politecnico di Milano
Bernhard E. Bürdek
François Burkhardt
Anna Calvera, Universitat de Barcelona
Esther Cleven, Klassik Stiftung Weimar
Elena Dellapiana, Politecnico di Torino
Clive Dilnot, Parsons The New School
Grace Lees-Maffei, University of Hertfordshire
Kjetil Fallan, University of Oslo
Silvia Fernandez, Nodo Diseño América Latina
Carma Gorman, University of Texas at Austin
Jonathan Mekinda, University of Illinois at Chicago
Gabriele Monti, Università Iuav di Venezia
Vanni Pasca, past-president AIS/Design
Catharine Rossi, Kingston University
Susan Yelavich, Parsons The New School

REDAZIONE Letizia Bollini, Università degli Studi di Milano-Bicocca
Rossana Carullo, Politecnico di Bari
Rosa Chiesa, Università Iuav di Venezia
Giulia Ciliberto, Università Iuav di Venezia
Paola Cordera, Politecnico di Milano
Gianluca Grigatti, Università di Genova
Francesco E. Guida, Politecnico di Milano
Luciana Gunetti, Politecnico di Milano
Chiara Lecce, Politecnico di Milano
Chiara Mari, Università Cattolica del Sacro Cuore, Milano
Alfonso Morone, Università degli studi di Napoli Federico II
Susanna Parlato, Università degli studi di Napoli Federico II
Isabella Patti, Università degli Studi di Firenze
Paola Proverbio, Politecnico di Milano
Teresita Scalco, Università Iuav di Venezia

ART DIRECTOR Daniele Savasta, Yasar Üniversitesi, İzmir

EDITORIALE	STORIE DI DESIGN ATTRAVERSO E DALLE FONTI Fiorella Bulegato, Maddalena Dalla Mura, Raimonda Riccini, Carlo Vinti	7
<hr/>		
SAGGI	ARCHIVI DIGITALI E FONTI DOCUMENTALI DEL DESIGN: NUOVE PROSPETTIVE STORICHE E STORIOGRAFICHE SUL DESIGN? I CASI GIO PONTI, VINICIO VIANELLO E VICO MAGISTRETTI Dario Scodeller	12
<hr/>		
RICERCHE	TRACES OF PETER MULLER-MUNK ASSOCIATES IN THE HISTORY OF INDUSTRIAL DESIGN IN TURKEY Bahar Emgin	34
	EPHEMERAL VOICES AND PRECARIOUS DOCUMENTS: FIXING ORAL HISTORY AND GREY LITERATURE TO THE DESIGN HISTORICAL RECORD Ida Kamilla Lie	54
	PERCORSO DI RICERCA STORICA E CONSIDERAZIONI SULLE FONTI PRIMARIE NEL CASO GINO SARFATTI E ARTELUCE Paola Proverbio	71
	ARCHITETTI E DESIGNER: È ANCHE QUESTIONE DI FONTI. L'ARCHIVIO DELL'ISTITUTO ALVAR AALTO A PINO TORINESE Elena Dellapiana, Tanja Marzi, Federica Stella	91
<hr/>		
MICROSTORIE	FRANCO ALBINI E IL PROGETTO DELL'EFFIMERO (1936-1958): LE FONTI D'ARCHIVIO COME TRACCE DELL'EVOLUZIONE DI UN METODO Chiara Lecce	118
	PER UNA STORIA DEL PRODOTTO NEL DISTRETTO DELLO SPORTSYSTEM DI MONTEBELLUNA: MUSEO, ARCHIVI, FONTI Eleonora Charans	142
	LE COPERTINE DELLE PRIME COLLANE MONDADORI ATTRAVERSO I CARTEGGI DELL'EDITORE Marta Sironi	160
	RIUSO "CALDO" E "FREDDO" DI DISPOSITIVI NEGLI ARCHIVI DI ALBE E LICA STEINER E A G FRONZONI ATTRAVERSO PRODUZIONI STORIOGRAFICHE E DIDATTICHE. LA RIVISTA U E IL PERIODICO U Luciana Gunetti	184
<hr/>		
TESTIMONIANZE	E-R DESIGN: ESTETICA DEL QUOTIDIANO NEGLI ISTITUTI CULTURALI DELL'EMILIA-ROMAGNA. UN PROGETTO PER IL PATRIMONIO CULTURALE Claudia Collina	210
<hr/>		
RECENSIONI	LA RINASCENTE, RECENSIONE Carlo Vinti	216
	VICTOR MARGOLIN, "WORLD HISTORY OF DESIGN", RECENSIONE Maddalena Dalla Mura	235

Recensioni

LA RINASCENTE, RECENSIONE

Carlo Vinti, Università di Camerino

Orcid ID: 0000-0001-8513-5200

PAROLE CHIAVE

Archivi digitali, Corporate history, La Rinascente, Mostre, Storia di impresa

Rinascente Archives (<https://archives.rinascente.it>). Ideazione e coordinamento: Memoria&Progetto sotto la direzione di Maria Canella e Elena Puccinelli. Progettazione e realizzazione: AUT+Iperstudio.

IR100. Rinascente Stories of Innovation, mostra a cura di Sandrina Bandera e Maria Canella. Palazzo Reale, Milano (24 maggio - 24 settembre 2017). Concept e progetto: OMA/AMO. Ricerca e produzione: Memoria&Progetto. Catalogo: a cura di Sandrina Bandera e Maria Canella. Milano: SKIRA, 2017. 311 pp. Ill. ISBN 978-88-5723-656-8, € 35.

La Rinascente 100 anni di creatività d'impresa attraverso la grafica, mostra a cura di Mario Piazza e Nicoletta Osanna Cavadini, Centro Culturale di Chiasso m.a.x. museo (20 maggio - 24 settembre 2017). Catalogo: a cura di Mario Piazza e Nicoletta Osanna Cavadini. Milano: SKIRA, 2017. 282 pp. Ill. ISBN 978-88-5723-603-2, € 36.

Proprio nel momento in cui Rinascente ha perso l'articolo davanti al nome e l'azienda ha consegnato definitivamente agli archivi il celebre logotipo ideato da Max Huber nel 1950, la storia dei grandi magazzini milanesi ha conosciuto diverse occasioni di celebrazione. A cento anni dal battesimo a opera di Gabriele D'annunzio (1917), l'impresa fondata dai fratelli Bocconi già nel 1865 è stata oggetto di due mostre: una allestita nell'appartamento del Principe di Palazzo Reale a Milano e l'altra al m.a.x museo di Chiasso. I due appuntamenti espositivi, rimasti aperti quasi in contemporanea fra maggio e settembre 2017, sono stati preceduti nel 2015 dal lancio del progetto *Rinascente Archives*, nato con l'obiettivo di "ricostituire in digitale l'archivio dell'azienda andato quasi completamente perduto" (<https://archives.rinascente.it/it/about>).



Fig. 1 - Il logo nuovo di Rinascente insieme alla versione disegnata da Max Huber nel 1950, in un'immagine della sede di Torino.



Fig. 2 - Il nome della Rinascence nelle diverse versioni grafiche susseguitesi nel tempo. Mostra *IR100*, Palazzo Reale, Milano.

Queste tre iniziative, sotto molti aspetti collegate fra loro, hanno condiviso l'obiettivo di ricostruire il ruolo cruciale che i grandi magazzini milanesi hanno svolto nel processo di modernizzazione dell'Italia, non solo come impresa di punta nel settore della grande distribuzione, ma anche e soprattutto come laboratorio di sperimentazione di linguaggi innovativi nel campo della grafica, dell'architettura, del design e della moda. È noto infatti che La Rinascence ha coinvolto nella creazione della propria immagine - fra gli altri - maestri del cartellonismo come Marcello Dudovich, designer come Bruno Munari e Roberto Sambonet; grafici come Huber, Albe Steiner, Lora Lamm, Giancarlo Iliprandi e Salvatore Gregoriotti, oltre a fotografi come Aldo Ballo, Serge Libiszewski e Olivero Toscani. Architetti come Mario Pagani, Giancarlo Ortelli e Paola Lanzani hanno operato nell'ambito degli allestimenti e dei sistemi di esposizione.

La Rinascente inoltre, sotto la guida di Aldo Borletti e Cesare Brustio, ha avviato molto presto un'azione di democratizzazione del design moderno, inaugurata da Gio Ponti negli anni venti (mobili *Domus Nova* con Emilio Lancia) e portata avanti poi non solo attraverso una specifica politica commerciale ma anche facendosi promotrice di una serie di iniziative tra cui, nel 1954, l'istituzione del premio Compasso d'oro. Anche nel campo della moda, La Rinascente ha compiuto un'importante azione di mediazione fra produzione e consumo, contribuendo a diffondere su larga scala le creazioni degli stilisti: fra i nomi più importanti che hanno incontrato nel corso della propria carriera il marchio *IR*, quelli di Ottavio e Rosita Missoni, di Pierre Cardin e di Giorgio Armani.

Questa molteplicità di percorsi che si dipanano a partire dalla vicenda dell'azienda milanese salta subito all'occhio se si entra nel portale *Rinascente Archives*, da cui conviene partire per tracciare un bilancio dei tre progetti in esame e, con l'occasione, provare a riflettere sull'uso delle fonti e dei documenti d'archivio in contesti diversi come la rete e lo spazio espositivo.



Fig. 3 - L'home page di *Rinascente Archives*.



Fig. 4 - La sezione Archivio & Biblioteca.

Rinascence Archives

Frutto di un lavoro diretto da Maria Canella e Elena Puccinelli dell'associazione Memoria & Progetto, il portale *Rinascence Archives* si presenta già dall'home page come "in costruzione" ed è pensato per essere in continuo aggiornamento. Al momento il sito permette di consultare un eterogeneo repertorio di documenti e immagini che va dai carteggi della proprietà agli atti relativi alla storia aziendale, da riproduzioni di manifesti e altri stampati a un folto numero di fotografie, fino a una serie di pubblicazioni presenti nella sezione biblioteca. I materiali, tutti disponibili integralmente per la consultazione (anche con PDF di più pagine) ma visualizzabili per lo più a bassa risoluzione, provengono da 26 diverse collezioni e sedi archivistiche, che mettono a disposizione online i propri materiali. Fra queste c'è innanzitutto un esiguo ma importante fondo aziendale della Rinascence, costituito prevalentemente da manifesti pubblicitari, che è sopravvissuto alle varie vicissitudini attraversate dall'impresa: l'incendio della sede milanese nel 1918, i bombardamenti del 1943 e i vari cambi di proprietà susseguitisi fino a oggi. Altri materiali provengono invece da collezioni pubbliche, che hanno aderito al progetto, come - fra le altre - la Civica Raccolta delle Stampe "Achille Bertarelli" o l'Archivio Brustio conservato all'Università Bocconi, per arrivare agli archivi personali di grafici, designer e fotografi che hanno lavorato assiduamente per la Rinascence: Aldo e Marirosa Ballo, Mario Bellini, Salvatore Gregorietti, Giancarlo Iliprandi, Italo Lupi, Mario Pagano e altri ancora.

Concepito per mettere in moto "un'azione collettiva, attraverso il contributo di tutti i protagonisti: dipendenti, collaboratori, fornitori e clienti" dell'impresa, il sito ha inoltre l'ambizione di arricchire costantemente i propri contenuti grazie alla libera partecipazione del pubblico: chiunque in passato abbia avuto a che fare con La Rinascence e/o conservi documenti sulla sua storia è invitato a contribuire a quest'opera di ricostruzione "virtuale" dei suoi archivi. Tuttavia, a oggi, nell'area denominata *I vostri contributi* non sono ancora presenti documenti storici forniti dagli utenti.

Rinascence Archives è pensato come contenitore in grado di riunire in un unico ambiente di consultazione oggetti dispersi in molteplici luoghi fisici e questa caratteristica costituisce certamente l'aspetto più interessante e originale dell'iniziativa. Tuttavia, a dispetto di questo intento di aggregazione, nelle modalità di accesso proposte al pubblico, i singoli manifesti, disegni architettonici, manoscritti e documenti a stampa appaiono ancora fortemente collegati all'unità archivistica di appartenenza. L'utente vi accede dopo aver scelto se consultare, ad esempio, l'archivio della Camera di Commercio di Milano o quello della Fondazione ADI Collezione Compasso d'oro e visualizza per prima cosa una breve descrizione della singola collezione, fondo o biblioteca, seguita da brevi note relative alla selezione di pezzi digitalizzati. La scelta, dunque, è di privilegiare la raccolta di provenienza, attraverso il cui filtro occorre passare, a meno che non si acceda ai documenti tramite la funzione "cerca" del sito o direttamente attraverso un motore di ricerca esterno. Una logica di questo genere, probabilmente dovuta anche alla necessità di superare le resistenze delle singole istituzioni o dei collezionisti che partecipano al progetto, non sempre va incontro alle esigenze di ricerca degli utenti e, soprattutto, rischia di contraddire l'idea stessa di costruire un archivio digitale unico. Ad aumentare tale impressione di frammentazione è il sostanziale isolamento delle singole sezioni e sottosezioni del sito. Oltre alla voce *Archivio & Biblioteca* il menu iniziale di accesso comprende infatti due aree denominate *Temi e Percorsi*.

La prima consiste in “una selezione delle più significative immagini d’archivio” classificate per soggetto (persone, luoghi, eventi, moda, design e comunicazione); nella seconda invece si provano a utilizzare i pezzi digitalizzati per presentare in una forma narrativa alcuni filoni specifici della storia della Rinascente: in particolare, il periodo precedente all’invenzione del nome da parte di D’Annunzio, quando l’azienda era in mano ai fratelli Bocconi e gli anni definiti “d’oro” (1954-1957), in cui i grandi magazzini milanesi si sono impegnati nella promozione della cultura del design. Sia sul piano dell’organizzazione dei contenuti sia su quello dell’impostazione grafica i due approfondimenti appaiono difforni tra loro e ulteriormente segmentati al loro interno (come nel caso de *La Rinascente prima della Rinascente*, che contiene al suo interno brevi testi tematici affidati a diversi autori, consultabili soltanto aprendo un file in formato PDF). Peccato anche che non esista alcun collegamento fra i documenti utilizzati all’interno di tali percorsi e il loro corrispettivo all’interno della sezione *Archivio e Biblioteca*. In altre parole, non è possibile per l’utente passare da un percorso al singolo documento corredato dalla sua descrizione archivistica e viceversa. Allo stesso modo, non sembra che ci sia interrogati su come trattare il caso - molto frequente, soprattutto per manifesti e materiali stampati - della presenza di più copie leggermente diverse dello stesso pezzo, conservate presso differenti archivi. Più che una coincidenza da ignorare, questa potrebbe essere forse una caratteristica da sottolineare, attraverso comparazioni e confronti. In tal modo si potrebbero mettere alla prova le potenzialità del digitale in relazione alla presentazione e allo studio di oggetti particolari come quelli di design e di grafica, che sono riproducibili all’origine e dunque spesso presenti in più copie all’interno di uno o più archivi, ma sono anche collezionati in quanto pezzi unici (sopravvissuti) o esemplari rari di un’edizione specifica.

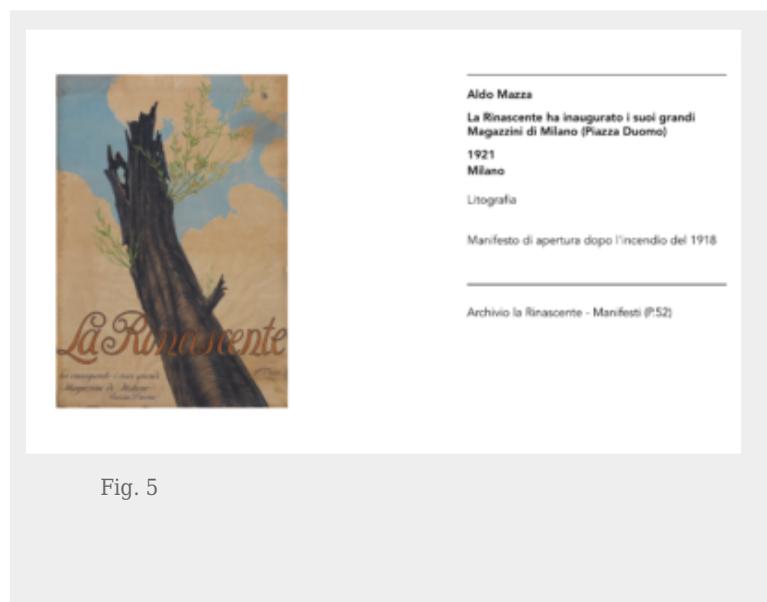


Fig. 5



La Rinascente
[1921 - 1925]
Cartolina
14 h x 9 cm
Illustrazione di Aldo Mazza

Collezione Michele Rapisarda (scatola 'la Rinascente', n. 1)



La Rinascente
[1921 - 1925]
Francobollo con illustrazione di Aldo Mazza
4,5 h x 3 cm

Collezione Michele Rapisarda (scatola 'la Rinascente', n. 1)

Figg. 5-7 - Tre documenti (un manifesto, una cartolina e un francobollo) provenienti da tre archivi diversi tutti riconducibili allo stesso disegno di Aldo Mazza (Rinascente Archives)

Al di là di queste criticità, *Rinascente Archives* costituisce il primo nucleo di un'utile raccolta digitale relativa alla storia della Rinascente e ha l'indiscutibile merito di fornire accesso a molti documenti finora non disponibili on-line. Basti pensare che nella sezione *Biblioteca* c'è la possibilità di consultare - insieme a una nutrita selezione di pubblicazioni sull'impresa - le collezioni quasi complete degli house organ aziendali. Il portale costituisce inoltre un esperimento non comune, il cui principio di base si potrebbe applicare a molti altri casi che riguardano la storia del design. Se si vuole, è un'operazione non del tutto dissimile da quella che si compie nel momento in cui, per allestire una mostra, si chiedono in prestito opere e documenti a varie istituzioni e collezionisti. Salvo naturalmente il fatto che di norma un archivio è concepito per durare, e che una risorsa on-line custodisce solo immagini digitali dei documenti fisici. Proprio su queste analogie e differenze, solo apparentemente banali, ha giocato la rassegna inaugurata il 24 maggio a Palazzo Reale di Milano.

La mostra IR100. Rinascente Stories of Innovation

Esiste una relazione stretta fra la creazione di *Rinascente Archives* e la mostra *IR100*, curata da Sandrina Bandera, storica dell'arte con una lunga carriera alle spalle nelle sovrintendenze, e Maria Canella, studiosa di moda e storia sociale che non a caso ha coordinato in precedenza il lavoro sugli archivi digitali. La rassegna milanese arriva a conclusione di un programma che è iniziato proprio con la pubblicazione del portale e ha previsto poi anche la riedizione aggiornata del lavoro di Franco Amatori *Proprietà e direzione: la Rinascente 1917-1969*, con l'aggiunta di un secondo volume corredato da contributi di diversi autori (2017). Il nesso fra *Rinascente Archives* e la mostra è enfatizzato nell'allestimento firmato dallo studio OMA/AMO. Nel catalogo, Ippolito Pestellini Laparelli, che ha diretto il progetto per il rinomato studio olandese, afferma infatti di aver concepito il percorso, da un lato, cercando di ottenere "la stessa varietà espositiva tipica dei grandi magazzini" e, dall'altro, lavorando sul concetto di un "archivio vivente, che invita il visitatore a scoprire una serie di meraviglie": non un racconto lineare, dunque, ma "un collage di contributi, identità, persone e stimoli differenti" (Pestellini, 2017, p. 47).



Figg. 8-9 - *IR100. Rinascente Stories of Innovation*.
L'installazione di OMA/AMO dedicata agli archivi digitali, che nel concept originario del progetto è denominata "Diorama - Digital Time Carousel".

Il percorso espositivo si articola in undici sezioni che corrispondono grosso modo ai vari ambiti di intervento in cui si è manifestata nel corso del Novecento la produzione creativa e culturale della Rinascente. Obiettivo centrale delle curatrici è far scoprire al grande pubblico “attraverso un’eccezionale varietà di immagini storiche e di contributi inediti” come l’azienda “sia stata motore di modernità in diversi contesti”: dal costume alla moda, dalla comunicazione al design, “ambiti in cui l’azienda ha dimostrato una straordinaria capacità progettuale e produttiva” (Canella, 2017, p. 35). Dopo una prima sala in cui è dispiegata - attraverso un fitto collage di immagini e brevi testi didascalici - una timeline della storia aziendale dal 1917 al 2017, compare un rimando esplicito al progetto degli archivi digitali: i documenti disponibili all’interno del sito fluttuano e si sovrappongono in una proiezione panoramica. L’ambiente successivo è forse quello in cui la metafora dell’archivio da scoprire è declinata in modo più diretto e coraggioso: il visitatore infatti può ammirare da vicino una serie di manifesti litografici e bozzetti originali di Dudovich, a volte persino sprovvisti della protezione in vetro, semplicemente tirando verso di sé grandi supporti metallici scorrevoli disposti verticalmente.



Fig. 10 - IR100. *Rinascente Stories of Innovation*. La sala dedicata ai manifesti di Dudovich.



Fig. 11 - IR100. *Rinascite Stories of Innovation*. La sala dedicata ai manifesti di Dudovich. Dettaglio di dei pezzi esposti in originale.

Anche nella sala successiva il tentativo sembra essere quello di replicare la condizione di libero accesso ai documenti consentita dall'archivio on-line, trasferendola dallo schermo ad una dimensione fisica. In questo caso, però, il pubblico ha la possibilità di consultare e sfogliare non le copie originali ma una riproduzione in forma continua (come se fosse un unico grande libro) dei fascicoli appartenenti alle collezioni dei diversi house organ pubblicati dall'azienda: dal primo bollettino del 1920 ai numeri degli anni settanta di "Cronache Gruppo La Rinascente". Nello stesso ambiente alcune pareti sono ricoperte da una composizione multicolore di copertine e di pagine interne di tali riviste (spesso dettagli e ingrandimenti). L'allestimento spesso sembra voler giocare intenzionalmente sul contrasto-confronto fra originali e copie, fra i documenti "d'archivio" e la loro riproduzione in forma di immagine.



Fig. 12-13 - IR100. *Rinascence Stories of Innovation*. La sala dedicata alla stampa e agli house organ.

Un altro tentativo costante è quello di far emergere il legame con i cambiamenti della società italiana che, nel corso degli anni, La Rinascente ha provato a interpretare e nello stesso tempo ha contribuito a determinare. Sicuramente di effetto per il pubblico, da questo punto di vista, è il ripescaggio di sequenze cinematografiche e televisive storiche

girate più o meno intenzionalmente all'interno o nei dintorni della sede storica di Piazza Duomo. Il percorso prosegue con una sezione dedicata al lavoro fatto per La Rinascente nel campo dell'architettura, della progettazione degli interni e dei sistemi di display delle merci. Anche qui, accanto al plastico originale di Franco Albini e Franca Helg per la sede romana di Piazza Fiume (1957-1961), appaiono ricostruzioni attuali di progetti come quello di Carlo Pagani per gli interni della sede milanese inaugurata nel 1950 e di alcuni degli allestimenti più sperimentali delle vetrine. In questa sala, come in quella successiva dedicata alla "nuova grafica", i pezzi esposti non sono moltissimi perché probabilmente si è tenuto conto della contemporanea rassegna del m.a.x museo di Chiasso. Diverso è il caso dell'ampio ambiente dedicato alla moda, "un suggestivo allestimento che reinterpretava gli interni del grande magazzino e conduce attraverso molteplici invenzioni il visitatore a scoprire i fondamentali capitoli che la Rinascente ha scritto nella storia della moda, della grande distribuzione e della comunicazione".

Già da questa descrizione, citata dal pieghevole distribuito all'ingresso per orientare il visitatore, si comprende quanto l'allestimento diventi via via sempre più scenografico e accentui il tentativo di mimare la logica spettacolare degli spazi del consumo. Abiti presentati su manichini si accompagnano a sequenze video e slide-show che presentano su schermo documenti di archivio relativi alle collezioni di moda ma anche il lavoro fatto dal Centro Design (precedentemente Ufficio Sviluppo) in cui hanno operato designer come Mario Bellini, Italo Lupi e Roberto Orefice, sotto la guida di Augusto Morello e poi di Mario Cristiani. Dopo una sezione in cui sono esposti gli oggetti vincitori del Compasso d'Oro, il percorso si conclude con una proiezione dinamica di contenuti presenti in social media e piattaforme digitali, che prova a restituire l'immagine attuale del brand attraverso gli occhi dei consumatori.

Man mano che si procede negli spazi dell'Appartamento del Principe, si accentua una sensazione di dispersione e aumentano le digressioni. Tale è da considerarsi, tutto sommato, l'ambiziosa sala centrale dedicata ai legami fra arte e consumi di massa. Incentrata su opere riconducibili prevalentemente alla pop art e a correnti come il Nouveau Réalisme, questa sezione appare un po' forzatamente messa nel mezzo di un discorso per altri versi tutto incentrato sulle capacità di un'azienda come La Rinascente di generare energie creative e progettuali.

La strategia rivendicata dalle curatrici è quella di puntare sulla possibilità di "far riemergere testimonianze, ricordi, immagini, progetti, fotografie, disegni, oggetti, che permettono una ricostruzione non mediata dalla critica o dalla storiografia, e quindi una visione dall'interno dei processi creativi e produttivi, finanziari e commerciali" (Canella, 2017, p. 35, corsivo mio). A fronte degli esiti, tuttavia, questo atteggiamento desta qualche perplessità: se si guarda l'impianto della mostra, il passo indietro fatto sul piano curatoriale è ampiamente compensato dall'intervento disinvolto dei progettisti dell'allestimento. Se si deve intendere il percorso della mostra come un'immersione dentro gli archivi della Rinascente, i documenti originali di tali archivi appaiono continuamente replicati, ri-utilizzati, riattualizzati e resi "viventi" attraverso alcune soluzioni interessanti ma anche con operazioni non proprio indispensabili, come la reinterpretazione animata in video dei manifesti di Dudovich. Il rischio maggiore, però, è che l'immagine dell'archivio aperto diventi di fatto un pretesto per rinunciare a un vero e proprio tentativo di analisi e di interpretazione critica. Per di più il tentativo di far parlare i documenti da soli e "di dare voce ai protagonisti della storia" (Canella, 2017, p.

35) non sempre aiuta i visitatori a farsi un'idea del contesto reale e delle dinamiche che hanno portato la Rinascente a diventare protagonista del design, della grafica e della moda italiana del Novecento. Il percorso espositivo contiene solo cenni saltuari, ad esempio, al lavoro "di squadra" realizzato in strutture come l'Ufficio Pubblicità diretto da Gianni Bordoli. Maggiore spazio viene dato al Centro Design, ma paradossalmente proprio questi luoghi-laboratorio cruciali, che svolgevano un ruolo di intermediazione fondamentale fra l'azienda e il mondo esterno, fra la dirigenza e i designer, restano un po' nell'ombra.

Ciò accade, sebbene in misura minore, anche nel catalogo della mostra. Inseguendo il criterio messo in atto nell'allestimento, il volume mette insieme un gran numero di saggi e testimonianze (fra gli altri, Franco Amatori, Giovanna Mori, Elena Puccinelli, Fulvio Irace, Natalia Aspesi e Giorgio Armani), con un risultato che genera più ripetizioni che varietà. Ritornano infatti un po' troppo spesso, nei diversi contributi, gli stessi temi e racconti: il nome creato da D'Annunzio, l'incendio e la rinascita della sede di Milano, i manifesti di Dudovich, il monogramma di Max Huber, il Compasso d'oro, ecc. Privo di apparati come indici e bibliografia, il volume non prevede l'uso di note nei saggi degli autori, con il risultato che al suo interno scarseggiano i riferimenti ad altri testi e ricerche che in precedenza hanno avuto per oggetto La Rinascente. Il lettore già familiare con i temi trattati vi troverà molte curiosità interessanti: lunghe citazioni dagli house organ aziendali, pezzi rari di straordinarie collezioni come quella di *ephemera* di Michele Rapisarda, testimonianze inedite di designer noti come Mario Bellini o Salvatore Gregorietti, approfondimenti sul lavoro di progettisti come Ornella Noorda, Mario Cristiani o Paola Lanzani, per fare solo alcuni esempi. Chi però si avvicina per la prima volta all'universo culturale della Rinascente e non frequenta abitualmente la storia della grafica, del design e della moda, si troverà forse un po' più in difficoltà, pur potendo apprezzare la ricchezza di materiali e contributi raccolti per l'occasione.



Fig. 14 - 100 anni di creatività di impresa attraverso la grafica. Immagine "disegnata" e "progettata".



Figg. 15-16 - 100 anni di creatività di impresa attraverso la grafica. Immagine "disegnata" e "progettata".

La Rinascente. 100 anni di creatività di impresa attraverso la grafica

Al confronto con la rassegna di Palazzo Reale, la mostra messa in piedi a Chiasso da Mario Piazza e da Nicoletta Osanna Cavadini, direttrice del m.a.x museo, appare decisamente più lineare sia nella struttura del percorso espositivo sia nell'organizzazione del catalogo. Il criterio di fondo che orienta il visitatore è basato sulla divisione fra "immagine disegnata" e "immagine progettata". Da un lato, quindi, la "pubblicità dipinta" realizzata per La Rinascente da maestri del cartellonismo come Dudovich, Leopoldo Metlicovitz, Achille Luciano Mauzan o Aldo Mazza: quell'"arte della réclame" che - molto legata alla firma e alla mano dei singoli autori -- ha caratterizzato l'immagine del grande magazzino agli inizi del Novecento. Dall'altro, la produzione grafica di professionisti come Huber, Steiner e di tutti coloro che sono passati, a partire dal secondo dopoguerra, dagli uffici di Piazza del Duomo; fra di essi anche Lora Lamm e Heinz Waibl, cui il m. a. x. ha dedicato due importanti personali di recente.

Per quanto nella storia della grafica non sia sempre facile tracciare una linea di demarcazione netta fra "disegnatori" e "progettisti", in questo caso la distinzione risulta efficace soprattutto perché evidenzia i caratteri peculiari del lavoro collettivo realizzato dai grafici in stretta sintonia competenze e figure interne alla Rinascente. Coordinato dall'Ufficio Pubblicità dell'azienda o da figure di art director come Amneris Latis e Adriana Botti, tale lavoro trovava fra l'altro un'estensione importante nella vetrinistica, nell'*exhibit design* e nella progettazione di veri e propri sistemi comunicativi, allontanandosi sempre più da una concezione autoriale e "artistica" della grafica.



Fig. 17 - 100 anni di creatività di impresa attraverso la grafica. Alcuni lavori di Albe Steiner.



Fig. 18 - 100 anni di creatività di impresa attraverso la grafica.
Sullo sfondo lavori di Lora Lamm.

Come emerge bene dalla selezione dei pezzi in mostra, anche nell'epoca precedente, del resto, la produzione visiva creata per La Rinascente non si esauriva certo nella campo del manifesto. La rassegna di Chiasso punta tutto sulla varietà dei materiali grafici esposti: ci sono diversi esemplari di cartelloni in grande formato, ma forte rilievo viene dato anche a un ricco ventaglio di artefatti anche minimi che hanno veicolato nel tempo l'immagine del grande magazzino: pieghevoli, biglietti d'auguri e buste, opuscoli, annunci pubblicitari, confezioni e carte da imballo, ecc. Nella prima teca, da cui inizia il percorso espositivo, per esempio, sono sistemati alcuni stampati di comunicazione istituzionale, uno dei primi listini di vendita, copie delle riviste aziendali e altre pubblicazioni dell'impresa. La mostra prosegue concentrandosi sulla produzione "disegnata" dei cartellonisti, arricchita da un buon numero di bozzetti preparatori e schizzi. Al secondo piano viene introdotta invece la vicenda del dopoguerra con una prima sala dedicata a Max Huber e all'Ufficio pubblicità. Si accede quindi a una cospicua selezione della produzione di Albe Steiner: studi, tavole e fotografie, provenienti per lo più dagli archivi Albe e Lica Steiner del Politecnico di Milano, documentano - forse per la prima volta in modo così articolato in una mostra - la sua prolifica attività di progettazione nel campo delle vetrine. Compagnano anche una serie bozzetti "per allestimento vetrine e per sfilate" realizzati da Roberto Sambonet con la tecnica del foto-

collage. Gli ultimi ambienti del percorso consentono di immergersi nella grande diversità di tecniche, stili e approcci progettuali di cui era composta l'immagine della Rinascenza negli anni della sua maggiore affermazione. La rassegna non si limita ai lavori più noti dei talenti che l'azienda di Brustio e Borletti riuscì a coinvolgere. Accanto al lavoro di Lamm, Iliprandi, Sambonet, Gregoriotti, Lupi e Massimo Vignelli, agli scatti di Ballo, Libis e Toscani, compaiono gli annunci degli anni sessanta composti da Aloï Huber Kono, i saggi più illustrativi ed eclettici di autrici come la svizzera Giovanna Graf e la statunitense Pegge Hopper, alcuni lavori di Georg Erhardt e Gisela Tobler, gli esperimenti sulla cartoleria di Grazia Varisco, fino al contributo più tardo di Ettore Mariani.



Fig. 19 - 100 anni di creatività di impresa attraverso la grafica.
Lavori di Giancarlo Iliprandi.



Fig. 20 - 100 anni di creatività di impresa attraverso la grafica. In primo piano il lavoro di Grazia Varisco sulla Cartoleria (1960-62).

C'è spazio inoltre per la produzione della squadra di progettisti interni che lavorava negli uffici della Rinascente, tra cui Roberto Maderna, Giorgio Corona e Emilio De Maddalena, giovanissimi collaboratori che nel grande magazzino milanese trovarono una preziosa opportunità di formazione durante gli anni cinquanta.

Sia in mostra sia nel catalogo, viene dato il giusto risalto alla dimensione collaborativa del lavoro, fondato sulla condivisione di un metodo e di una visione, più che sulla presenza di regole scritte o di procedure da rispettare, ciò che avvicina il caso dell'impresa milanese a esempi coevi come Olivetti o Pirelli. All'interno del volume edito da Skira, i due curatori - sempre partendo dai pezzi in mostra - offrono un'ampia panoramica della grafica prodotta per il grande magazzino, ne ricostruiscono dettagliatamente la genesi, citando tutte le diverse collaborazioni, senza dimenticare di prendere in considerazione le dinamiche interne all'azienda e di valorizzare il ruolo svolto, ad esempio, da Morello e Cristiani o da dirigenti come Alfredo Ceriani o Gianni Bordoli. Il catalogo include anche un documentato contributo di Raffaella Castagnola sull'invenzione del nome da parte di D'Annunzio e uno scritto di Raimonda Riccini intitolato *Exhibit, allestimenti e design: dal sogno modernista alle vetrine cinetiche*, che analizza anche il lavoro sistematico fatto da Tomás Maldonado per i grandi magazzini Upim (purtroppo poco presente in entrambe le mostre).

Non manca in coda una ricca bibliografia di riferimento, che si aggiunge al cospicuo apparato di note dei singoli contributi.

Concepita come progetto “complementare” alla mostra di Palazzo Reale, *La Rinascente. 100 anni di creatività di impresa* è più concentrata sulla comunicazione visiva, com'è anche nella vocazione del museo. Nonostante ciò, il più breve percorso allestito a Chiasso consente, attraverso la grafica, di accedere ugualmente al ruolo che La Rinascente ha svolto come laboratorio di produzione culturale multidisciplinare. A partire dai documenti grafici si intersecano infatti diversi percorsi di lettura che arrivano all'architettura, alla moda e al design dei prodotti, cui è dedicato un piccolo ma prezioso spazio in mostra con i progetti di Mario Bellini e Richard Sapper.

Le tre iniziative prese in esame hanno celebrato degnamente il centenario del nome “la Rinascente”. Con strategie diverse hanno contribuito ad avvicinare il pubblico a una vicenda che racconta in ultima analisi la via italiana verso la modernità. La mostra del m.a.x lo ha fatto forse in modo più sobrio e misurato, e insieme più meditato e approfondito, attingendo fra l'altro ben oltre il bacino di documenti presenti all'interno di *Rinascente Archives*.

Fra le istituzioni che hanno prestato materiali ci sono infatti anche la Collezione Salce di Treviso, quella del Museum für Gestaltung di Zurigo, la Fondazione Sonia e Massimo Cirulli di Bologna, oltre ad archivi privati come quello di Rossella Villani e alle collezioni dei moltissimi designer e collaboratori interni che compaiono in mostra e in catalogo. Forse non sarà facile per il portale on-line aggiungere questi altri fondi alla sua lista già nutrita di archivi, ma – se l'esperimento è destinato a proseguire – è auspicabile che l'opera di acquisizione e digitalizzazione vada oltre, magari anche riuscendo finalmente a ricevere il contributo degli utenti.

Con il suo allestimento spettacolare, in parte ispirato proprio agli archivi digitali da cui ha preso le mosse, la mostra di Palazzo Reale ha ottenuto una buona risonanza mediatica ed è ora riproposta in versione ridotta nella nuova sede romana di Rinascente (che ha perduto nel frattempo l'articolo davanti al nome), un progetto architettonico ancora da OMA/AMO. Anche questi ultimi pezzi in esposizione presto torneranno nei loro rispettivi archivi di appartenenza, almeno fino alla prossima occasione di celebrazione, mentre la loro immagine in digitale – si spera – continuerà ad essere a disposizione di curiosi e studiosi.

Rinascente ha celebrato dunque la memoria de “la Rinascente”. L'accesso immediato ai documenti che fornisce l'archivio on-line consente di lavorare ancora molto sulla sua storia, di farlo in modo agevole e immediatamente trasversale. Nella stessa piattaforma, infatti, si possono consultare fonti diverse come una relazione di bilancio, il bozzetto di un manifesto, la fotografia di una vetrina o un articolo che racconta la vita della comunità dei dipendenti. Per ricostruire e raccontare questa storia in tutta la sua ricchezza e complessità, non basta però aprire l'archivio, renderlo accessibile o “vivente”. Occorre qualcuno che lo studi.

Riferimenti bibliografici

Amatori, F. (2017). *100 anni della Rinascente: Proprietà e direzione (1917-1969)-Dal Marchio alle grandi marche (1970-2017)*. Milano: Egea.

Pestellini Laparelli, I. (2017). *Stories of Innovation*. In M. Canella & S. Bandera (a cura di) *Rinascente. Stories of Innovation* (pp. 45-47). Milano: SKIRA.

Canella, M. (2017). *A Twentieth-century Laboratory*. In M. Canella & S. Bandera (a cura di) *Rinascente. Stories of Innovation* (pp. 39-43). Milano: SKIRA.

AIS/DESIGN JOURNAL

STORIA E RICERCHE

VOL. 5 / N. 10

DICEMBRE 2017

STORIE DI DESIGN

ATTRAVERSO E DALLE FONTI

ISSN

2281-7603
