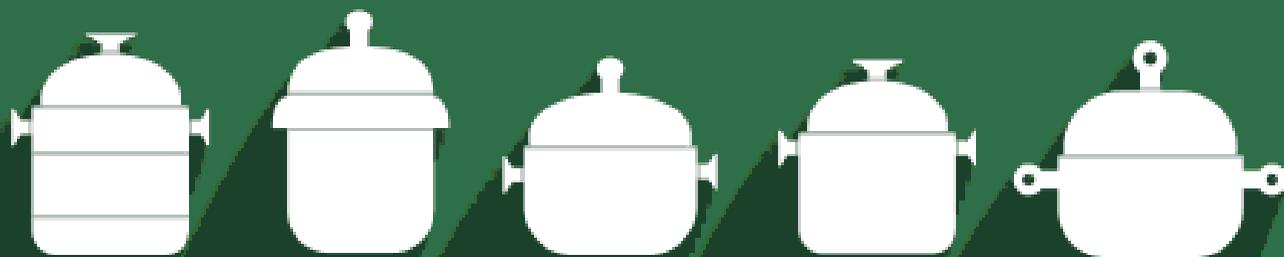
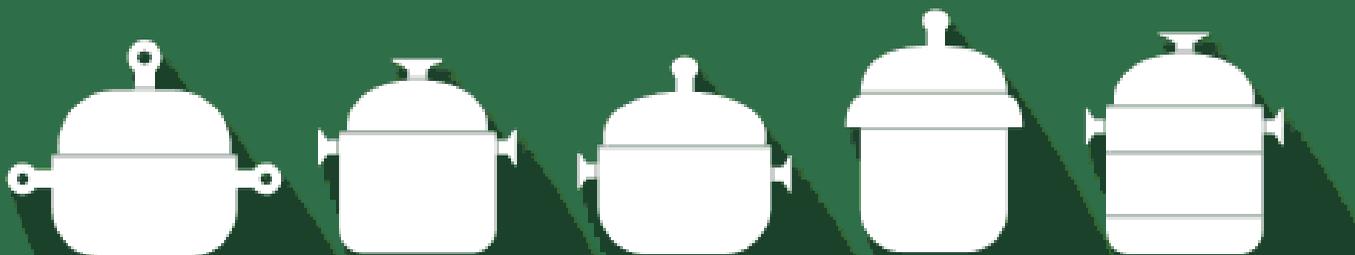
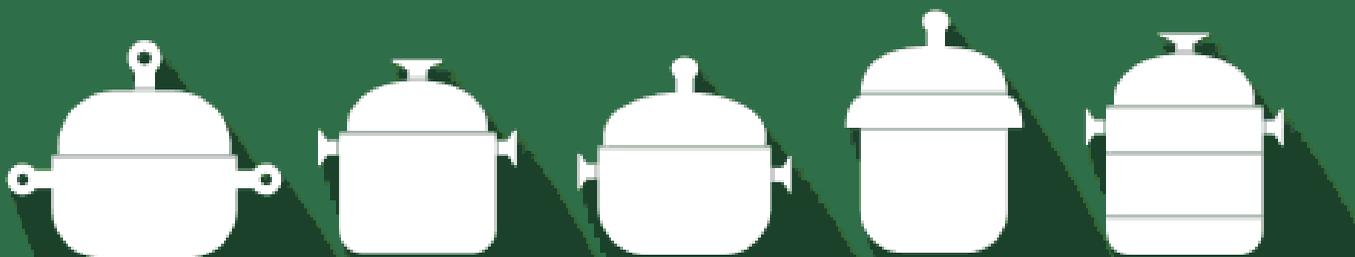


# Ais/Design Journal

## Storia e Ricerche



JOE COLOMBO, ZUPPIERE IN CERAMICA, SALA RETTANGOLARE DELLA MOSTRA "LE PRODUZIONI", XIII TRIENNALE DI MILANO, 1964



---

**AIS/DESIGN JOURNAL**  
**STORIA E RICERCHE**

VOL. 2 / N. 3  
MARZO 2014

**DESIGN ITALIANO:**  
**STORIE DA MUSEI,**  
**MOSTRE E ARCHIVI**

**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](mailto:journal@aisdesign.org)

**WEB**

[www.aisdesign.org/ser/](http://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

---

---

<b>EDITORIALE</b>	<b>DESIGN ITALIANO: STORIE DA MUSEI, MOSTRE E ARCHIVI</b> Fiorella Bulegato, Maddalena Dalla Mura	6
<b>SAGGI</b>	<b>EXHIBITION, ANTI-EXHIBITION: SU ALCUNE QUESTIONI ESPOSITIVE DEL POP E RADICAL DESIGN ITALIANO, 1966-1981</b> Dario Scodeller	10
<b>RICERCHE</b>	<b>UN MUSEO PER IL DISEGNO INDUSTRIALE A MILANO, 1949-64</b> Fiorella Bulegato	30
	<b>PROGETTI IN COMUNE: VERSO UN MUSEO DEL DESIGN ITALIANO A MILANO FRA ANNI OTTANTA E NOVANTA</b> Maddalena Dalla Mura	52
<b>MICROSTORIE</b>	<b>LA "MOSTRA INTERNAZIONALE DELLA PRODUZIONE IN SERIE" DI GIUSEPPE PAGANO (VII TRIENNALE, 1940): CONTESTO E PREPARAZIONE DELLA PRIMA ESPOSIZIONE DI DESIGN IN ITALIA</b> Alberto Bassi	72
	<b>LA LUNGA MARCIA DEL DESIGN: LA MOSTRA "COLORI E FORME NELLA CASA D'OGGI" A COMO, 1957</b> Elena Dellapiana	85
	<b>DA MOSTRA A EXHIBIT: IL RAPPORTO TRA ELETTRONICA E DESIGN NEL CASO IBM ITALIA</b> Raimonda Riccini	99
<b>PALINSESTI</b>	<b>MODA E MUSEO: LA MOSTRA "ARE CLOTHES MODERN?" E IL COSTUME INSTITUTE</b> Gabriele Monti	116
<b>RILETTURE</b>	<b>L'ARTICOLO "THE STRAW DONKEY": RISCOPRIRE UNA MOSTRA</b> Lisa Hockemeyer	136
	<b>L'ASINO DI PAGLIA: KITSCH PER TURISTI O PROTO-DESIGN? ARTIGIANATO E DESIGN IN ITALIA, 1945-1960</b> Penny Sparke	139
<b>RECENSIONI</b>	<b>TDM6: LA SINDROME DELL'INFLUENZA</b> Gianluca Grigatti, Rosa Chiesa	161
	<b>EXPO'SIZIONI: L'ECCELLENZA DELL'ARTE DI ESPORRE</b> Giulia Ciliberto	172
	<b>UNA GIORNATA MODERNA: MODA E STILI NELL'ITALIA FASCISTA</b> Francesco Bergamo	175
	<b>MUSEI EFFIMERI: ALLESTIMENTI DI MOSTRE IN ITALIA (1949-1963)</b> Gabriele Toneguzzi	181

---

## EXHIBITION, ANTI-EXHIBITION: SU ALCUNE QUESTIONI ESPOSITIVE DEL POP E RADICAL DESIGN ITALIANO, 1966-1981

Dario Scodeller, Università degli Studi di Ferrara

Orcid id 0000-0001-8711-389X

### PAROLE CHIAVE

Exhibition design, Fotografia, Italia, Mediazione, pop design, radical design

Questo saggio riflette sul ruolo che la trascrizione espositiva e quella fotografica hanno svolto in un momento cruciale della definizione dell'immagine del design italiano, concentrandosi su alcune esperienze espositive internazionali, realizzate fra la fine degli anni sessanta e l'inizio degli anni ottanta - inclusa la nota mostra *Italy: The New Domestic Landscape*, al MoMA nel 1972. Mettendo a confronto l'immagine del design italiano proposta nei cataloghi di queste mostre con la sua rappresentazione in riviste di settore coeve, quali *Casabella* e *Casa Vogue*, il saggio mette in evidenza il ruolo che queste hanno svolto nella creazione e mediazione dell'iconografia del design pop e radical.

---

Nelle cinque pagine del generoso comunicato stampa con cui il MoMA annuncia, il 26 maggio 1972, l'apertura della mostra *Italy: The New Domestic Landscape*, ospitata nelle gallerie e sul terrazzo-giardino dell'edificio sulla 53a strada di New York, è chiaro fin dalle prime righe che si tratta di un evento "critico". Sono trascorsi vent'anni da quando, nell'ottobre del 1952, con la mostra *Olivetti: Design in Industry*, il MoMA aveva celebrato, per mano di Leo Lionni, Leonardo Sinisgalli e Giovanni Pintori, il modello di un'impresa dove architettura, industrial design e comunicazione visiva convivevano armonicamente e produttivamente (MoMA, 1952, 21 ottobre).<sup>[1]</sup> Nel comunicato del 1972, invece, per voce del ventinovenne Emilio Ambasz (curatore del dipartimento di architettura e design del museo e della mostra), si dice esplicitamente che l'Italia,

"oggi, non è solamente la principale forza mondiale nell'ambito del *product design*, ma esprime alcune delle preoccupazioni peculiari di ogni società industriale. L'Italia ha assunto le caratteristiche di un micro-modello, dove un'ampia gamma di possibilità, limiti e problemi critici posti da designer contemporanei a livello mondiale, sono rappresentati attraverso approcci differenti e qualche volta contrapposti. Questi includono un ampio spettro di teorie che confliggono con lo stato attuale dell'attività progettuale, con le sue relazioni con l'industria delle costruzioni e con lo sviluppo urbano, e mostrano una crescente sfiducia negli oggetti di consumo" (MoMA, 1972, 26 maggio, p. 1).

L'impianto curatoriale di Ambasz, frutto di due anni di lavoro in Italia, è costruito secondo una tassonomia che distingue tra un design "conformista", uno "riformista" e uno "contestatario" (Ambasz, 1972) e prevede la separazione tra oggetti e "ambienti", a cui corrisponde, nel catalogo, la divisione tra saggi storici e critici. Gli oggetti in mostra sono una selezione di 180 pezzi di design italiano, mentre gli "ambienti", com'è noto, vengono commissionati direttamente a Ettore Sottsass, Joe Colombo, Gae Aulenti, Mario Bellini, Alberto Rosselli, Marco Zanuso e Richard Sapper, Gaetano Pesce, Ugo La Pietra, Gruppo Strum, Archizoom, Superstudio e 9999 e hanno come unico vincolo progettuale quello di essere inseribili in un modulo di 16×16 piedi (480×480 cm circa).[2] Costruiti in Italia, con il contributo e con la collaborazione di aziende come Fiat, Olivetti, ANIC-Lanerossi, Pirelli, Kartell, Boffi, Ideal Standard, Cassina, ABET-Print, Artemide, alcuni di questi *environments*, prima di essere imballati e spediti per il montaggio a New York, vengono pre-assemblati per la realizzazione delle foto per il catalogo.[3]

La genesi del catalogo è un passaggio non trascurabile per capire come avviene l'elaborazione dell'immaginario del *new domestic landscape* italiano. Al pari delle immagini degli oggetti in mostra, la maggioranza delle quali vengono dal lavoro dello studio Ballo&Ballo, anche quelle degli allestimenti - tranne alcuni, dei quali diremo - sono tutte costruite in studio. Ci troviamo, perciò, a doverci confrontarci con una doppia immagine: quella andata in scena a New York, e quella che viene prefigurata, in varie location fra Milano e Torino, grazie a un giovanissimo Valerio Castelli, che sarà il fondatore del *Centrokappa* e della rivista *Modo*, che realizza lo *shooting* fotografico di molti degli allestimenti.[4]



A sinistra, l'*environment* di Ettore Sottsass sulle pagine del catalogo della mostra *Italy: The New Domestic Landscape*. A destra, lo stesso *environment* sul manifesto pubblicitario Kartell. Foto di Valerio Castelli.



Frame del film *For Aulenti project*, (vista zenitale) realizzato da Massimo Magri sull'*environment* di Gae Aulenti montato nei teatri di posa della Fiat a Torino.

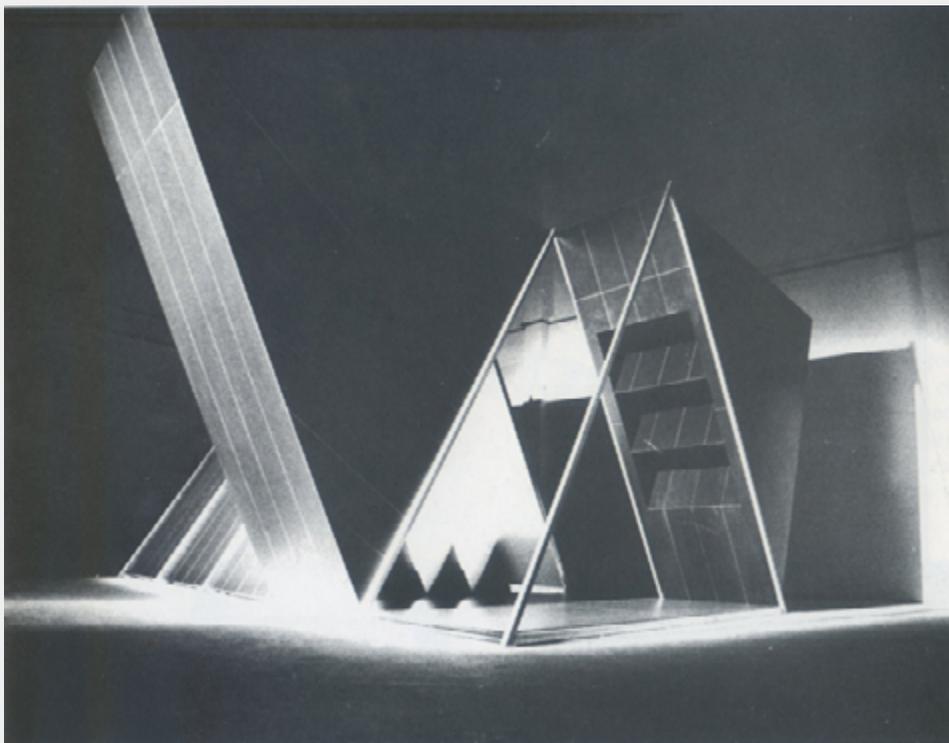
### 1. *Exhibition, anti-exhibition e vetrinizzazione del design*

Gli *environments* di New York presentano caratteri sia di analogia che di rottura con la tradizione espositiva del design italiano. Nonostante l'innegabile forza comunicativa dovuta al carattere performativo di alcuni di essi, questi allestimenti si pongono in continuità con una tradizione di "case" e "ambienti" che, dalle Triennali degli anni trenta, passando per la mostra di Villa Olmo del 1957,[5] hanno da sempre caratterizzato la ricerca espositiva italiana sulle forme dell'abitare (Bucci, 2005; Polin, 1982, giugno; Domus, 1957). L'effetto straniante e surrealista di questi spazi, generato all'artificio scenico, è stato considerato come la 'disimpegnata' rinuncia dei designer-architetti a incidere sulla realtà sociale (Tafari, 1972), oppure ricondotto a quell'atteggiamento di appropriazione poetica ed emancipazione ideologica dal razionalismo che Edoardo Persico chiamava "realismo magico" e individuava, per esempio, nelle forme espositive di Giuseppe Terragni.[6] Ma anche negli allestimenti più semplicemente illustrativi, come quelli delle mostre antologiche sul design italiano nelle Triennali del dopoguerra o in quelle per il premio Compasso d'Oro,[7] con la creazione di relazioni, aggregazioni o semplici elenchi in uno spazio-percorso narrativo, l'*exhibition design* italiano ha costantemente cercato di opporre la mediazione dello spazio alla presenza fortemente iconica che gli oggetti assumono quando vengono isolati ed estrapolati dal loro contesto. Il punto di rottura degli ambienti di New York con questa tradizione di presentazione visiva dello spazio abitato risiede nel fatto che questi si propongono come immagini concluse in se stesse. Non ci sono più lo spazio e gli oggetti, ma oggetti-ambiente che esauriscono, nel loro proporsi come dimensione alternativa al design e all'architettura, la propria presenza. Sia che al centro della riflessione stiano la trasformabilità e la mobilità, come nei casi dei realistici approcci problem solving di Zanuso-Sapper, Rosselli, Colombo, Bellini, Sottsass, Aulenti, legati alla ridefinizione di nuovi modelli di comportamento e socialità, sia che il centro della proposta sia la componente futurarcheologica underground di Pesce, o la dimensione occultante e telematica dell'abitare prefigurata da La Pietra, oppure le istanze più squisitamente radicali della rinuncia al medium espositivo, come quelle degli Archizoom (con il loro disilludente "gazebo" vuoto con vocina di bimba), del Gruppo Strum (con i fotoromanzi sulla condizione abitativa e la lotta sociale), di Superstudio (con la caleidoscopica macchina visuale di una vita neomadica) o, infine, l'orto-giardino e l'*happening design* del cuscino d'aria nel dispositivo di sopravvivenza urbana dei 9999, gli allestimenti sono

degli oggetti-messaggio, che “mettono in mostra” in primo luogo se stessi. Questo isolamento dell’oggetto, che i gruppi più radicali applicano polemicamente come decontestualizzazione e liberazione dell’abitare da ogni sovrastruttura, non sarà, per il design italiano, un passaggio privo di conseguenze.



Mostra Italy: *The New Domestic Landscape*. Gli *environment* di New York sulle pagine di *Casabella* 366, giugno 1972. Le foto sono quelle realizzate in Italia da Valerio Castelli.



Mostra *Italy: The New Domestic Landscape*. *L'environnement* di Ugo La Pietra. Foto di Valerio Castelli.



Mostra *Italy: The New Domestic Landscape*. L'environment di Archizoom. Foto di Cristiano Toraldo di Francia.



Mostra Italy: *The New Domestic Landscape*. L'environment di Superstudio. Foto di Cristiano Toraldo di Francia.

Nel suo saggio, incluso nel catalogo della mostra, dal celebre titolo *Radical Architecture*, lo storico e critico d'arte Germano Celant che, con i suoi scritti su *Casabella* fin dal 1968 è promotore di una "critica come evento" (Celant, 1968, novembre; 1969, dicembre) che si identifichi con l'azione e partecipi al farsi stesso del contemporaneo, chiarisce bene il carattere comunicativo di questo tipo di progetti, affermando che il programma dell'architettura radicale va analizzato non dal punto di vista del progetto, ma come un autonomo medium tautologico (*tautological medium*) che può essere inteso "come un segno astratto-concreto privo di riferimenti con ciò che è reale o realizzabile, ma che svolge una importante funzione nel fornire elementi informativi sulla natura e il futuro dell'architettura [...]" (Celant, 1972, p. 383).

Ma di fronte, o a lato, di questi *tautological media*, quale immagine comunica, invece, il design italiano, quello degli oggetti industriali? In mostra si trovano pezzi tra i più vari del panorama della produzione italiana, che coprono un arco cronologico di dieci anni: dalla lampada *Taraxacum* dei fratelli Castiglioni del 1960, all'*Abitacolo* di Bruno Munari del 1971. In questa catalogazione per "caratteri", però, il *Mezzadro* (1957) e la *Tojo* (1962) dei Castiglioni, riattualizzati come icone neo-dada, stanno assieme, "per le loro implicazioni socio-culturali" (Ambasz, 1972, p. 93), alla poltrona *Joe* di De Pas-D'Urbino-Lomazzi, al *Pratone* del Gruppo Strum, alla *Mies* degli Archizoom e ai mobili di Sottsass per Poltronova. Come vengono presentati? È lo stesso Ambasz a occuparsi dell'allestimento, con un intervento che anticipa le sue architetture "ambientali". Gli oggetti vengono esposti sul *roof-garden* all'interno di enormi vetrine (*container*, secondo

la definizione di Ambasz) modulari in legno. Si tratta di una sessantina di torri con base 190×190 cm e alte 6 metri circa,[8] completamente rivestite in tavole di legno grezzo, ciascuna di queste dotata di una grande apertura vetrata e realizzate, con la supervisione di Giancarlo Piretti, dall'azienda americana Eckol Containers Systems, Inc. di Glenside, Pennsylvania. Le torri-container, ispirate alla visionaria *Citta delle case splendide*, di Superstudio del 1971 sono disposte in file di cinque elementi a formare uno schema a griglia che nella realtà crea un percorso labirintico.[9] Sulla parte inferiore della terrazza alcune di esse vengono accoppiate a formare gruppi di due o quattro moduli. Al loro interno gli oggetti sono esposti con lo sfondo di gigantografie realizzate dallo studio Ballo, mentre l'illuminazione è studiata da Artemide con propri prodotti (Ambasz, 1972, p. 14). Se l'elemento è logicamente funzionale alla necessità di contenere, proteggere, illuminare, suddividere gli oggetti in una mostra all'aperto,[10] la scelta della "vetrina", cioè del dispositivo più legato alle forme espositive del commercio e del museo, chiarisce il senso dell'operazione di Ambasz. Il design italiano degli anni sessanta viene, contemporaneamente, storicizzato e "commercializzato" allestendo, all'ombra del Rockefeller *building*, uno shopping center in miniatura del design made in Italy. La "vetrinizzazione" del design italiano, cioè il prevalere della componente iconica su quella reale, trova in quel contesto una sua prima rappresentazione e ha il duplice intento di separare, agli occhi dei 170.000 visitatori della mostra, la produzione industriale di Kartell, Cassina, Artemide, Anonima Castelli, Olivetti, Abet, ecc., dalle provocazioni radical. Da un lato il mercato, nella sua forma espositiva più canonica: il negozio; dall'altro le riflessioni teorico-performative sulla società dei consumi e l'industria che la genera. Da un lato le cose, gli oggetti, testimoni vetrinificati di una storia eroica ormai conclusa, ma commercialmente viva; dall'altro i discorsi, le parole, gli "oggetti-parlanti".



*Italy: The New Domestic Landscape.* La mostra antologica allestita da Emilio Ambasz sulle terrazze del MoMA con le grandi torri-vetrina. Foto di Cristiano Toraldo di Francia.



Italy: *The New Domestic Landscape*. La mostra antologica allestita da Emilio Ambasz sulle terrazze del MoMA con le grandi torri-vevtrina. Foto di Cristiano Toraldo di Francia.

Nel frattempo, in Italia, sulla rivista *Casabella* diretta da Alessandro Mendini, punto di riferimento in quegli anni del radical italiano, aleggia il sospetto che nell'operazione di New York le vere "vetrine" per promuovere negli Stati Uniti il design italiano e il suo mercato, siano stati proprio gli "ambienti" radical.<sup>[11]</sup> Quella di New York, tuttavia, non è, quell'anno, l'unica mostra sul design italiano. Nel numero 366 di *Casabella*, del giugno 1972, un paio di pagine appena separano il completo *reportage* di Franco Raggi sulla mostra americana dal pezzo con cui Giovanni Klaus Koenig recensisce, con un lungo e dettagliato articolo, la mostra *Industrial Design aus Italien* (Industrial design dall'Italia) esposta, dal 2 marzo al 30 aprile, al Museo del XX secolo di Vienna, e che, dichiara subito il vicedirettore di *Casabella*, ha riscosso un incredibile successo di pubblico. "Incredibile soprattutto per chi è abituato, in Italia, a veder passare Triennali, Eurodomus e Fiere o fra l'indifferenza del grosso pubblico, oppure come mostre-mercati, dove ciò che conta sono solo gli affari" (Koenig, 1972, giugno, p. 9). La mostra di Vienna è organizzata da Tommaso Ferraris e Dario Marchesoni e allestita da Piero de Amicis. Dopo una parte introduttiva, che espone una serie di oggetti degli anni trenta (le radio di Franco Albini, di Livio e Pier Giacomo Castiglioni e Luigi Caccia Dominioni, i vetri di Carlo Scarpa per Venini, ecc.), la mostra si concentra antologicamente (come il mese successivo farà

---

quella di New York) sul design degli anni sessanta. L'allestimento è minimo e scarno e gli oggetti di consumo italiani sono esposti con un artificio "museografico", disposti lungo il percorso delle sale in mezzo alle opere d'arte del museo viennese, tra le tele di Klimt e Kokoschka,

"... con tanto di austeri custodi - sottolinea ironicamente Koenig - attenti che nessuno osasse toccare niente, né si avvicinasse troppo ai preziosi incunaboli del design italiano degli anni '30. Il che, se da un lato snaturava il concetto stesso del design come forma utile (e perciò da usarsi), dall'altro metteva i visitatori in un rapporto reverenziale con l'oggetto, tipico dei musei, che predispone favorevolmente alla comunicazione dei valori estetici" (Koenig, 1972, giugno, p. 9).

Alla mostra si era affiancata una tavola rotonda in cui si confrontano lo stesso Koenig, Vittorio Gregotti, Ettore Sottsass e Hans Hollein, il più eclettico interprete del radical austriaco. La discussione si sposta presto sul cosiddetto "antidesign". Come Koenig scrive:

"Era [...] logico che nella tavola rotonda fosse Sottsass a parlare di questo antidesign, indicandone il valore rivoluzionario. Personalmente ho dei dubbi che sia la strada giusta [...] ma debbo dire che i giovani austriaci e i loro leaders, Hans Hollein e Walter Pichler, ammiravano proprio questo design, seguendo con molta più partecipazione personale le allegre fantasie di Sottsass, che i mugugni del sottoscritto o le precisazioni di storico attento e imparziale di Vittorio Gregotti" (Koenig, 1972, giugno, p. 9).

Questo perché, conclude Koenig,

"i giovani austriaci con i quali ho parlato a Vienna, non sapevano che Carlo Scarpa è ancora vivo e vegeto, non si interessano a suo figlio Tobia, né ai fratelli Castiglioni. In cambio sanno tutto su Sottsass e gli Archizoom e attendono da loro - proprio loro - quei lumi che ai miei tempi, ahimè lontani, noi giovani architetti attendevamo da Max Bill e da Charles Eames" (Koenig, 1972, giugno, p. 9).

Quando il radical design si appresta alla ribalta di New York è, dunque, un fenomeno riconosciuto a livello europeo, con tanto di "associati" e di fan. Ma l'intervento del direttore Alessandro Mendini, sul successivo numero di *Casabella* del luglio 1972, lascia il dubbio che il King Kong radical che egli mette in copertina non abbia scalfito più di tanto la solidità dei grattacieli di Manhattan (Mendini, 1972, luglio).

## **2. Forme del consumo e nuove rappresentazioni**

Le forme espositive di New York riflettono, come si è illustrato sopra, le due modalità storiche utilizzate dalla cultura espositiva italiana per parlare di design: la forma antologica e la forma "per ambienti". Ma nel corso degli anni sessanta, l'assimilazione dei nuovi modelli di consumo, da parte della società italiana, modifica e mette in crisi il rapporto stesso con gli oggetti e questo non può che produrre una crisi nelle stesse forme dell'esporre, cioè nel modo di comunicarli e di recepirli. La pubblicità televisiva dei *Carosello* e le forme espositive dei grandi magazzini (Standa, Upim, La Rinascente, Coin, Croff) sono due forme di comunicazione dell'oggetto che entrano, tra la fine degli anni cinquanta e metà anni sessanta, a far parte dell'esperienza quotidiana dei cittadini-consumatori (Scodeller, 2012). Cambiano le cose, ma anche il modo di relazionarsi a esse e il progetto (compreso quello espositivo) è sempre più in difficoltà nel raccontarle.

---

Nel suo bel reportage da New York Franco Raggi aveva colto con lucidità come la “distruzione degli strumenti operativi istituzionali presuppone la prevalenza del concetto sull’oggetto e lo scolorirsi della progettazione nel confuso universo dei comportamenti” (Raggi, 1972, giugno, p. 26).

Va riconosciuto a Ettore Sottsass il merito di aver registrato per primo la transitorietà della funzione delle cose di “contenere” e “rappresentare” in una dimensione quotidiana sempre più inserita nelle dinamiche del consumo. In uno scritto datato 1966, dal titolo “Cosa fanno lì dentro?” Sottsass parla degli amici *beat* di San Francisco e della demitizzazione che essi compiono dello spazio domestico concepito come bucce o involucri di un “usa e getta”.

“La casa è diventata non altro che un packaging per i gesti della vita quotidiana [...], i gesti senza mito, che si consumano in se stessi uno dentro l’altro [...]. L’involucro, l’ambiente dove la vita si svolge ci vuole anche lui ma poi, compiuto l’atto della vita, i gesti di ogni giorno, l’involucro si butta via. [...] la casa non esiste più come entità mitica e in fondo non esiste neanche come gesto quotidiano se non in quel rapporto che il sacchetto di carta oleata può avere col latte che contiene” (Sottsass, 2000 [1966], pp. 59-60).

Non è più possibile dare “forma espositiva” alla casa e ai suoi oggetti, perché essa ha assunto, almeno nelle culture di riferimento della West Coast americana alle quali Sottsass guarda, forme provvisorie e incoerenti.

Nel dicembre dello stesso anno, Archizoom e Superstudio[12] inaugurano, nello scantinato della galleria Jolly 2 di Pistoia, la mostra *Superarchitettura*, dove espongono una serie di oggetti da loro concepiti con intenti demistificatori nei confronti dei canoni correnti della produzione e del consumo. La recente riproposizione filologica della mostra, ricostruita, sulla base di documenti fotografici e testimonianze dei protagonisti, alla Galleria Sozzani in Corso Como 10 a Milano nel 2007, ci permette di interpretare meglio le immagini d’epoca. A Pistoia, discesa la scala che conduce alle due stanze del piano seminterrato della galleria, il visitatore si trova in un tunnel a imbuto, alla base delle cui pareti sono applicate delle sagome colorate e ondulate. Nelle quinte azzurre campeggiano nuvole dipinte in bianco e nero da cui si irradiano raggi di sole gialli, in una chiara riproposizione del *Sunrise pop* realizzato da Roy Lichtenstein l’anno precedente. Dall’ingresso-tunnel inizia la presentazione di una piccola collezione di oggetti op-pop inusuali e coinvolgenti: alcune versioni della lampada *Passiflora* e una chaise-longue a strisce rosse e verdi; il prototipo in cartone del componibile *Superonda*, in seguito prodotto da Poltronova, ricoperto di striature diagonali colorate; una radio con maniglia e ruote; un mobile a gradoni che ricorda quello esposto l’anno precedente a Firenze dai Castiglioni nella mostra *La casa abitata* (Gargani, 2007 pp. 22-23). Ma al di là dei riferimenti, più che espliciti, alle tendenze pop e optical consacrate nelle Biennali di Venezia del 1964 e del 1966 (Gargani, 2007, p. 26), la forza della connotazione underground è tutta in quel presentare gli oggetti e i loro fruitori come bastanti a se stessi. In quanto strumenti di controcultura come “libera e spontanea forma di comunicazione” (Branzi, 1974, febbraio p. 46), gli oggetti non sembrano più intenzionati a creare relazioni e, in quanto entità autoreferenziali, non sentono più alcun bisogno di una mediazione espositiva.



La mostra *Superarchitettura* allestita da Archizoom e Superstudio alla galleria Jolly 2 di Pistoia nel dicembre 1966.

### **3. Le riviste come medium: dalla fotografia *still life* all'isolamento dell'oggetto**

Le esperienze più significative nell'ambito del design radicale si esauriscono dopo il 1973, più o meno in corrispondenza della mostra *Design als Postulat: Am Beispiel Italien*, organizzata all'Internationales Design Zentrum di Berlino nel 1973, di cui Franco Raggi cura la parte dedicata al "radical design" (Raggi, 1973, ottobre). Ma il design italiano, compresi gli oggetti che Ambasz catalogherà come "contestativi", vengono sottoposti, fin dagli inizi degli anni settanta, a un'altra forma di trascrizione "espositiva": quella delle composizioni per gli still life sulla neonata rivista *Casa Vogue*, le cui copertine e i cui servizi rappresenteranno, nei decenni a venire, un nuovo tipo di "vetrina" per la diffusione dell'immagine del nostro *domestic landscape*. In queste fotografie, realizzate da Aldo Ballo e Mariarosa Toscani Ballo, assieme agli art director della rivista - Flavio

---

Lucchini prima e Salvatore Gregorietti poi (Tutino, 2009) -, le composizioni di oggetti assumono il valore di veri e propri allestimenti, nei quali mobili e oggetti per la casa vengono proposti in aggregazioni per colore e per stile. Accostate e accomunate alla "produzione corrente", le provocazioni pop e radical vengono trasformate, sulla base di analogie formali o cromatiche, in "tendenze-moda".[13] Anche dove le aggregazioni riguardano famiglie di oggetti dello stesso autore, la composizione in still life crea conflitto. È illuminante, per esempio, confrontare il modo in cui la serie dei mobili grigi di Sottsass viene presentata all'esposizione *Eurodomus* del 1970, con il modo in cui è mostrata nell'allestimento di Ballo&Ballo nel servizio "Createvi un'oasi di mobili-luce" nel numero di *Casa Vogue* del novembre dello stesso anno.



Allestimento dei mobili grigi di Ettore Sottsass a Eurodomus, 1970.



I mobili grigi di Ettore Sottsass in *Casa Vogue*, novembre 1970, allestiti e fotografati dallo studio Ballo&Ballo.

Il passaggio tra aggregazione e isolamento dell'oggetto è importante per la successiva costruzione dell'iconografia del design post-radical, e le pagine di *Casa Vogue* ce ne offrono una chiara rappresentazione in uno dei suoi momenti più significativi all'inizio degli anni ottanta. Nel numero di marzo del 1980 della rivista, Barbara Radice, compagna di Ettore Sottsass e tra i fondatori, di lì a poco, del gruppo Memphis, recensisce la mostra *L'interno dopo la forma dell'utile*, curata da Franco Raggi alla XVI Triennale. La mostra è definita come un "censimento di poetiche individuali" visto con gli occhi dei giovani che vengono ora chiamati "postradicali" (Radice, 1980, marzo, p. 182). Colpisce in questo contesto la prevalenza della modalità espositiva da galleria d'arte del contemporaneo, con pezzi isolati e ampi spazi vuoti: come fossero frammenti di una storia che non si ricompone. Unica eccezione, in quella Triennale, nella ricerca di una forma espositiva unitaria, la mostra storica dedicata al design Alessi curata da Alessandro Mendini e allestita da Hans Hollein. In questo allestimento, in una lunga parete messa di traverso sulla curva del Palazzo dell'Arte, sono incastonate piccole vetrine ad arco con filo di neon all'interno: nelle pause fra queste sono appesi i disegni della collezione Alessi.

In una delle interviste, curate sempre da Barbara Radice, pubblicate nello stesso numero della rivista, alla domanda "cosa pensi del design attuale?" Sottsass, che presenta solo disegni per mobili che "non prevedono neppure una casa, sembrano cascati giù da un altro pianeta", risponde: "Vedo la perplessità mia e di altri nel cercare di capire che cosa

---

significchi disegnare prevedendo l'ipermercato, cioè prevedendo una iconografia da ipermercato. I miei sono esercizi formali in questo senso" (Radice, 1980, marzo, p. 182). Il riferimento all'ipermercato non è casuale, perché Sottsass e Andrea Branzi sono appena reduci da una deludente esperienza progettuale per Croff Casa nella quale, rompendo l'ideologia del coordinato, avevano realizzato degli oggetti raffinati, ma senza successo sul piano commerciale (Radice, 1984, p. 23).[14] La dichiarazione di Sottsass è tanto più significativa se pensiamo che iniziano proprio in quei mesi gli incontri che daranno vita, nel dicembre del 1980, al gruppo Memphis.

Il 18 settembre 1981, finalmente, all'Arc 74 showroom di Mauro e Brunella Godani in Corso Europa 2 a Milano, alla mostra che consacra il gruppo Memphis, vengono esposti trentuno pezzi d'arredo, tre orologi, dieci lampade, undici ceramiche (Radice, 1984, p. 26). La mostra, che ha un grande successo di pubblico, presente in città per il Salone del Mobile, potrebbe essere considerata la prima di quelle iniziative "fuorisalone" che, da allora, hanno cercato di costruire un'alternativa alla Fiera e al suo modello espositivo basato sullo *zoning* e sullo *stand*. Sul numero di settembre di *Casa Vogue* esce un'anticipazione della mostra, dove si dice che "Memphis è nata dall'incontro di tre partners stanchi dell'uniforme panorama del buon gusto-buon genere della produzione corrente di mobili..." (Radice, 1981, novembre, pp. 234-241). Ma tutto è, fino all'ultimo, top secret e la rivista promette per il numero successivo un servizio speciale sulla mostra. L'esposizione, che ha un intento dichiaratamente commerciale, ha però il valore di un evento collettivo preparato per mesi nel dettaglio, dopo il distacco di Sottsass e De Lucchi dal gruppo di Alchymia: ha il suo significato nel confronto tra designer, nella varietà delle interpretazioni e delle invenzioni formali e compositive che essi propongono su alcune tipologie base. A quasi dieci anni di distanza dalla mostra di New York è il momento di presentare un nuovo "paesaggio domestico" attraverso il lavoro di quello che la rivista *Time* chiamerà "the informal consortium of 30 designers from eight countries" (Reed, 1984, 26 marzo, p. 68). Ma in ottobre, sul numero successivo di *Casa Vogue* (Radice, 1981, novembre, pp. 234-241) non c'è traccia dell'allestimento della mostra. Nel bel servizio di Barbara Radice gli oggetti vengono presentati singolarmente. Inquadrati nei suggestivi scatti fotografici di Ballo&Ballo, sfilano solitari sulle pagine patinate della rivista, pronti per essere inseriti, uno ad uno, nel mercato dell'immaginario post-moderno e finire, anziché negli ipermercati, nei circuiti delle gallerie d'arte e dei musei.

"Ma alla fine, tutti insieme", scrive Barbara Radice a proposito di Memphis, "ci hanno comunicato [...] una grande voglia di ridisegnare realmente l'ambiente e se non proprio di ridisegnarlo come una possibile figura finale, per lo meno di ridisegnarne brani chiave, qualche pezzo isolato..." (Radice, 1981, p. 234).

Possiamo affermare, in conclusione, che nella costruzione dell'immagine internazionale del design italiano nel periodo radical e post-radical, l'exhibition design entra in gioco in varie forme, che alternano la presenza dell'oggetto alla sua assenza-assorbimento negli *environments*, la sua aggregazione compositiva nello *still life* al suo isolamento come oggetto unico. Un'altra contrapposizione dialettica è quella tra la forma espositiva della mostra e quella del negozio, più consona al carattere autopubblicitario del prodotto di design di questo periodo. Ma, tra la mostra e il negozio, il design italiano sceglierà una terza modalità: quella della galleria d'arte. Questo farà sì che i suoi oggetti finiranno per incidere molto sul gusto e poco sulla realtà, rinunciando alla trasformazione di quel paesaggio domestico e dei suoi riti che era stata una delle utopie fondative del controdesign.

---

## Riferimenti bibliografici

- Ambasz, E. (1972) (a cura di). *Italy: The New Domestic Landscape. Achievements and Problems of Italian Design*. Catalogo della mostra. New York: The Museum of Modern Art.
- Benevolo, L. (1972). The Beginning of Modern Research, 1930-1940. In E. Ambasz (a cura di), *Italy: The New Domestic Landscape. Achievements and Problems of Italian Design*, catalogo della mostra (pp. 302-314). New York: The Museum of Modern Art.
- Branzi, A. (1974, febbraio). "Radical Architecture, il rifiuto del ruolo disciplinare". *Casabella*, 386, 46.
- Bucci, F. (2005). "Spazi atmosferici. L'architettura delle mostre". In F. Bucci & A. Rossari (a cura di), *I musei e gli allestimenti di Franco Albini* (pp. 16-41), Milano: Electa.
- Bulegato, F. (2001). Atlante delle opere. In S. Polano, *Achille Castiglioni: Tutte le opere, 1938-2000*, Milano: Electa.
- Mendini, A. (1972, luglio). "Radical design". *Casabella*, 367, 5.
- Celant, G. (1968, novembre). "Critica come evento". *Casabella*, 330, 54-55.
- Celant, G. (1969, dicembre). "Per una critica acritica". *Casabella*, 343, 42-43.
- Celant, G. (1972). "Radical Architecture". In E. Ambasz (a cura di), *Italy: The New Domestic Landscape. Achievements and Problems of Italian Design* (pp. 380-387), catalogo della mostra, New York: The Museum of Modern Art.
- Domus (1957, ottobre). "Mostra a Villa Olmo. Colori e forme nella casa d'oggi". *Domus*, 335, 33-48.
- Gargani R. (2007). *Archizoom associati, 1966-1974: Dall'onda pop alla superficie neutra*. Milano: Electa.
- Koenig, G. K. (1972, giugno). "Industrial design aus Italien". *Casabella*, 366, 9.
- La Pietra, U. (1985). *La conversazione elettronica: Modificazione dello spazio abitativo e dei suoi rituali attraverso l'uso di strumenti telematici*. Firenze: Alinea.
- Lupi, I. (2013). *Autobiografia grafica*. Mantova: Corraini.
- MoMA (1952, 21 ottobre). "Italy: The New Domestic Landscape". Comunicato stampa. Disponibile presso [https://www.moma.org/docs/press\\_archives](https://www.moma.org/docs/press_archives) [18 marzo 2014].
- MoMA (1972, 26 maggio). "Olivetti: Design in Industry". Comunicato stampa: exhibition of architecture and design executed for the Olivetti Company in Italy to go on view at museum. Disponibile presso [https://www.moma.org/docs/press\\_archives](https://www.moma.org/docs/press_archives) [18 marzo 2014].
- Polin, G. (1982, giugno). "La Triennale di Milano. 1923-1947". *Rassegna (Allestimenti/Exhibit Design)*, IV/10, a cura di P. Plaisant & S. Polano, 34-47.
- Radice, B. (1980, marzo). "Una Triennale laboratorio". *Casa Vogue*, 104, 182-187.
- Radice, B. (1981, ottobre). "I mutanti: Memphis furniture: a Milano una internazionale del design di ricerca e le sue inopinabili creature". *Casa Vogue*, 123, 234-241.
- Radice, B. (1984). *Memphis: Research, Experiences, Results, Failures, and Successes of New Design*. Milano: Rizzoli.
- Raggi, F. (1972, giugno). "Italy: The New Domestic Landscape". *Casabella*, 366, 12-26.
- Raggi, F. (1973, ottobre). "Radical Story, storia e destino del pensiero negativo nella pratica del Radical Design dal '68 ad oggi. Il ruolo delle avanguardie tra evasione ed impegno disciplinare". *Casabella*, 382, 37-45.
- Reed, J. D. (1984, 26 marzo). "Wild Beat of Memphis". *Time*, 68-69.
- Scodeller, D. (2007). *Negozi, l'architetto nello spazio della merce*. Milano: Electa.
- Scodeller, D. (2012). The Assimilation of the American Way of Life in Italy, 1950-1980. In M. Kries, & M. Swartz-Clauss (a cura di), *Pop Art Design*. Weil am Rhein: Vitra Design Museum.

---

Sottsass, E. (2000 [1966]). "Viaggio a occidente: Cosa fanno lì dentro?". *Domus*, 436. Ora in E. Sottsass, *Esercizi di Viaggio* (pp. 59-60), Torino: Arago.

Tafari, M. (1972). *Design and Technological Utopia*. In E. Ambasz (a cura di), *Italy: The New Domestic Landscape. Achievements and Problems of Italian Design*, catalogo della mostra (pp. 388-404). New York: The Museum of Modern Art.

Tutino, I. (2009). "L'oggetto seduttivo, la fotografia di Aldo Ballo e Mariarosa Ballo nel suo rapporto con l'editoria specializzata e con l'immagine aziendale". In G. Calvenzi & S. Gregorietti (a cura di), *Ballo + Ballo: Il linguaggio dell'oggetto attraverso le fotografie di Aldo Ballo e Mariarosa Toscani Ballo* (pp. 158-165), Milano: Silvana editoriale.

#### NOTE

1. Si legge nel comunicato stampa del 21 ottobre 1952 che: "The purpose of the exhibition *Olivetti: Design in Industry*, is to give recognition to the achievement of this manufacturer of business machines in organizing all the visual aspects of its industry under a single high standard of taste, and to encourage American industry to follow this leadership" (MoMA, 1952, 21 ottobre).↵
2. Va ricordato che Joe Colombo (1930-1971) era morto prima dell'inizio della mostra di New York.↵
3. Un ulteriore vincolo posto dal programma della mostra era che gli ambienti fossero costruiti con elementi stoccabili in container (590x230x230 centimetri) per poter essere spediti via nave.↵
4. Meriterebbe una riflessione storico-critica a parte un fattore sovente trascurato nell'ambito degli studi storici sul design espositivo, e cioè che noi lo conosciamo quasi unicamente attraverso la trascrizione fotografica. Sono di Valerio Castelli le foto degli allestimenti di Gae Aulenti, Ettore Sottsass, Joe Colombo, Alberto Rosselli, Mario Bellini, Ugo La Pietra. Secondo la sua testimonianza il set dell'ambiente di Ettore Sottsass fu realizzato nei capannoni della fabbrica Kartell a Binasco progettati da Anna Castelli Ferrieri e non ancora in funzione; per gli allestimenti di Gae Aulenti, Rosselli e Zanuso vennero usati i teatri di posa della Fiat a Torino, gli unici, allora, a poter ospitare oggetti di quelle dimensioni; il modulo di Joe Colombo venne fotografato nella sala posa di Boffi. Quando si trattò di fotografare il veicolo *Kar-a-Sutra* di Bellini, Castelli convocò gli amici di un gruppo teatrale, li portò in mezzo alla campagna vicino al centro ricerche Cassina e realizzò il servizio con gli attori di mimo vestiti in nero sulla monovolume verde. Queste informazioni sono tratte dalla conferenza di Valerio Castelli *Il design è un racconto*, per il ciclo *Incontri sul design*, (Luav-San Marino, Corso di laurea in Disegno Industriale, 5 dicembre 2013) e da conversazioni con Valerio Castelli. Negli "ambienti" di Gae Aulenti e Sottsass, montati per le riprese fotografiche, vengono inoltre girati due film diretti da Massimo Magri. Le storie, ambientate nei due *environment* sono frammenti di vita giovanile a cui si mescolano sogni di protesta e visioni allucinate di disagio psichico e sociale. Al di là dei loro contenuti narrativi questi filmati, che mostrano gli ambienti vissuti, abitati, attraversati, sono oggi dei documenti estremamente preziosi per comprenderne la concezione ed il funzionamento. Per i video vedi: *For Aulenti project*, film mediometraggio, regia Massimo Magri, con Beatrice Romand, canto Margaret Tynes, riprese Giulio Albonico, art director Oliva Collobiano, cutter Franco Gaieni, production manager Sergio Lentati / Politecne cinematografica, Milano 1972, Archivio Valerio Castelli, Milano. *For Sottsass project*, film mediometraggio, regia Massimo Magri, con Vanessa, fotografia Hans Visser, art director Oliva Collobiano, editing Franco Gaieni, produzione Politecne cinematografica, Milano 1972, Archivio Valerio Castelli, Milano. I film degli *environment* di New York

---

(compresi quelli citati), sono stati proiettati in occasione della mostra itinerante *Environments and Counter-Environments: Experimental Media in Italy: The New Domestic Landscape, MoMA 1972*, curata da Peter Lang, Luca Molinari e Mark Wasuiuta per la Columbia University, ed esposta per la prima volta a New York, presso la Arthur Ross Architecture Gallery (13 aprile - 8 maggio 2009), che ha riproposto una dettagliata documentazione progettuale di tutti gli *environment* del 1972. Vedi il catalogo dal medesimo titolo curato da Mark Wasuiuta.↵

5. Si veda l'articolo di Elena Dellapiana in questo numero di *AIS/Design Storia e ricerche*.↵
6. Ho sviluppato la tesi relativa alla componente "realistico-magica" dell'exhibition design italiano degli anni trenta nel volume *Negozi, l'architetto nello spazio della merce* (Scodeller, 2007), in particolare nei due capitoli: "Italia anni '30-40: il negozio come forma espositiva contemporanea" (pp. 79-103), "I negozi Olivetti: progetto d'identità e autonomie espressive" (pp. 105-112).↵
7. Si fa qui riferimento, in particolare agli allestimenti delle Triennali del 1933 e 1936, e a mostre antologiche sull'industrial design come quelle allestite dai fratelli Castiglioni alla X Triennale nel 1954, alla XI Triennale del 1957 (*Relazione tra le arti*); per quanto riguarda le mostre del Compasso d'Oro, si possono considerare le più prossime all'evento di New York del 1972, come quella allestita da Italo Lupi e Roberto Lucci nella Sala degli Arazzi del Castello Sforzesco a Milano nel 1970 [Cfr. Lupi (2013)]. Per le mostre dei Castiglioni si veda Bulegato (2001).↵
8. Sebbene non sia stato possibile recuperare il progetto originale, le dimensioni dei *container* sono facilmente deducibili, anche se per approssimazione, dalle foto dell'allestimento. In particolare dall'immagine con la Dondolo Rocking chair di Leonardie Stagi la cui dimensione in lunghezza è di centimetri 175 e che appare contenuta "a filo" nell'espositore, si deriva la larghezza e per rapporto geometrico l'altezza.↵
9. L'ispirazione del progetto di Ambasz al disegno di Superstudio relativo ad una delle *Dodici città ideali* (1971) è un'informazione tratta da una conversazione con Cristiano Toraldo di Francia.↵
10. Il tema espositivo degli oggetti sulla terrazza, con il relativo problema della protezione degli oggetti, aveva avuto vari tentativi di soluzione. Nei ringraziamenti in catalogo Ambasz, citando Renzo Piano, fa un esplicito riferimento a un suo progetto di copertura dei due livelli del terrazzo-giardino con una struttura leggera.↵
11. *Casabella*, pubblica, oltre al documentato reportage di Franco Raggi sul numero 366 di giugno 1972 e la famosa copertina con King Kong del successivo numero 367 di luglio, la serie dei fotoromanzi realizzati dallo studio Strum sul numero doppio 368-369. Va sottolineato che, per quanto riguarda la definizione di radical, Mendini tende a precisare, in una nota al suo articolo "Radical design" su *Casabella* numero 367: "Questi ed altri gruppi avanzati dei quali si occupa assiduamente la rivista sono stati chiamati di volta in volta: radical architecture, supersensualism, italian reinvolution, tecnica povera in rivolta, controdesign, new generation." (Mendini, 1972, luglio, p. 5)↵
12. L'invito della mostra del 1966 porta i nomi di Branzi, Corretti, Deganello, Morozzi, Natalini, per cui sarebbe giusto parlare, in questa prima esperienza, di Archizoom e Adolfo Natalini, il quale inizia di lì a poco la collaborazione con Cristiano Toraldo di Francia nel Superstudio.↵
13. Si vedano, ad esempio servizi come: "C'è nell'aria una voglia di rosso" (*Casa Vogue*, novembre 1970, pp. 42-43), con mobili di vari autori tutti accomunati dal colore, oppure "Createvi un'oasi di mobili-luce" (in *Casa Vogue*, novembre 1970, pp. 44-45) dedicata agli oggetti di Sottsass per Poltronova; "Sentirsi bene nella propria pelle" (in *Casa Vogue*, novembre 1970, pp. 46-47) in cui la poltrona Joe di De Pas D'Urbino Lomazzi e la poltrona Primate di Achille Castiglioni perdono tutta la loro forza *pop* messi assieme ad altri mobili

---

in pelle; le immagini relative alla “Nuova linea del mobile italiano” (*Casa Vogue*, dicembre 1971, pp.46-47); il servizio “Tutto a quadretti” (*Casa Vogue*, dicembre 1972, pp.132-133), con le foto dedicate alla collezione “Misura” di Superstudio per Zanotta, con tutti gli arredi realizzati col laminato bianco quadrettato.↵

13. Nella fase di gestazione di Memphis l’intersezione tra design e spazio di vendita è più che presente. Sul numero di luglio-agosto del 1981, quando l’operazione Memphis è in pieno fermento, esce su *Casa Vogue* un servizio sul sistema espositivo di mobili che Sottsass e De Lucchi hanno disegnato per i negozi Fiorucci. Il sistema si presenta come un catalogo di pezzi differenti e diversamente assemblabili. Non c’è la foto di un negozio, ma dei singoli pezzi. Vedi “Mobili da Negozio”, in *Casa Vogue*, n. 120/121, luglio-agosto 1981, pp. 156-157.↵

---

**AIS/DESIGN JOURNAL**  
**STORIA E RICERCHE**  
VOL. 2 / N. 3  
MARZO 2014

**DESIGN ITALIANO:**  
**STORIE DA MUSEI,**  
**MOSTRE E ARCHIVI**

---