

Interni e design

Objektyp: **Group**

Zeitschrift: **Archi : rivista svizzera di architettura, ingegneria e urbanistica =
Swiss review of architecture, engineering and urban planning**

Band (Jahr): - **(2017)**

Heft 4

PDF erstellt am: **22.07.2024**

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Grafica svizzera e stile milanese

Conversazione con Mario Piazza su *La Rinascente* e dintorni

Gabriele Neri

La Rinascente di Milano è un esempio paradigmatico per la comprensione del design italiano a trecentosessanta gradi. La storia dei noti grandi magazzini, raccontata in questi mesi in due mostre parallele a Milano (Palazzo Reale) e Chiasso (m.a.x. museo) in occasione del centenario, si distingue infatti per l'incontro tra imprenditori illuminati e un manipolo di straordinari artisti/architetti/designer che seppero inventare un linguaggio nuovo e adatto all'innovazione dei modelli di consumo. Dal 1917, anno in cui il senatore Borletti acquistò i «grandi magazzini Bocconi», La Rinascente – nome coniato da Gabriele D'Annunzio – ha così funzionato da laboratorio sperimentale per grafica, arredamento, allestimento, comunicazione, moda, design del prodotto ecc. Con risultati straordinari.

Tra i molti temi che queste mostre sollevano, scegliamo qui di sottolineare lo stretto rapporto che nel campo della grafica e della comunicazione si venne a creare, nel secondo dopoguerra, tra Milano e la Svizzera. Alla Rinascente e negli altri epicentri della cultura industriale cittadina fu infatti grande la presenza di grafici svizzeri: Max Huber,



ovviamente, geniale inventore del monogramma «/R», ma anche Lora Lamm, Carlo Vivarelli, Walter Ballmer, René Martinelli, Aldo Calabresi, Felix Humm ecc. Come si svolse questo scambio? Ne abbiamo parlato con Mario Piazza, grafico e architetto, già presidente dell'AIAP (Associazione italiana progettazione per la comunicazione visiva), professore al Politecnico di Milano, art director della rivista «Abitare» e molto altro. È lui ad aver curato la mostra sulla Rinascente a Chiasso (insieme a Nicoletta Ossanna Cavadini).

Gabriele Neri: Quando nasce questo incontro culturale e artistico?

Mario Piazza: L'incontro tra Svizzera e Italia nel campo della grafica nasce negli anni Trenta con il primo grande studio di grafica per l'impresa, lo Studio Boggeri. Antonio Boggeri era un ex direttore di un grande stabilimento tipografico milanese, che ebbe l'idea di fare una struttura di lavoro collettivo nella quale lui era il regista, il direttore artistico, e sceglieva collaboratori soprattutto nel mondo svizzero-tedesco.

Perché questa preferenza?

Ad esempio perché la Svizzera costituiva un tramite con la scuola del Bauhaus: uno dei primi a lavorare per Boggeri fu infatti Xanti Schawinsky che, pur essendo ebreo e del Bauhaus, realizzò anche un manifesto per la dittatura fascista. Boggeri voleva collegarsi con la grande industria che stava nascendo, come la Dalmine, e lo Studio Boggeri fu l'interfaccia in grado di fornire una comunicazione moderna al corpo industriale italiano, impiegando alcuni dei dettami che furono ad esempio del Bauhaus, come l'uso della sperimentazione fotografica. In quel periodo si

creò dunque una sorta di prima sintonia tra Milano e la Svizzera che si intensificò negli anni Cinquanta con la crescita economica e l'ascesa del ruolo della città lombarda a capitale industriale del paese.

Quali altri fattori facilitarono la comunicazione tra Milano e la Svizzera?

Con la Svizzera c'era ovviamente una prossimità geografica, ma soprattutto in Svizzera c'erano delle scuole dedicate all'insegnamento delle arti grafiche in senso moderno, come la Kunstgewerbeschule di Zurigo. Tra l'altro, allora il mestiere tipografico era legato anche a quello dell'incisore dei punzoni per fare i caratteri, che è vicino al mestiere dell'orologiaio e dell'orafo, che hanno una grande tradizione in Svizzera. Bisogna poi considerare che molto lavoro arrivava dalle industrie farmaceutiche elvetiche: insomma, da una parte c'era la ricerca di un certo tipo di competenze professionali, dall'altra si cercavano facilitazioni nella gestione di un certo tipo di committenze, ad esempio sul fronte della lingua. Gli anni Cinquanta sono stati gli anni delle Triennali, della Olivetti (che aveva sede anche a Milano), della Pirelli e appunto della Rinascente. Alla Rinascente si è creata così una sorta di filiera: Max Huber diceva «c'è bisogno di un fotografo» e chiamava Serge Libiszewski, che aveva studiato anche lui alla Kunstgewerbeschule di Zurigo...

Qualcosa di simile accadde con la svizzera Lora Lamm.

Certo. Lora Lamm arrivò a Milano perché era un luogo conosciuto e stimato anche all'estero, e alla Rinascente è giunta tramite Max Huber. Un altro esempio: nel corso degli anni Cinquanta l'art director della Rinascente diventa



Amneris Liesering Latis, nata in Ticino, che faceva la giornalista e aveva sposato uno degli architetti Latis, attivi a Milano. Era un periodo molto interessante sia per la valorizzazione delle competenze, sia perché c'era una situazione di coagulo: gli svizzeri sicuramente avevano una maggiore strutturazione dal punto di vista formativo, mentre a Milano sono entrate in scena in quegli anni figure più eclettiche che avevano interessi più ampi rispetto alla grafica e al design, e che però hanno focalizzato l'attenzione su quel mondo, e quindi si sono messi in gioco, come Bruno Munari e Franco Grignani.

Dal punto di vista compositivo e grafico, come si sono influenzati la scuola elvetica e lo stile milanese?

C'è il famoso aneddoto di Boggeri, che su questo punto diceva: la scuola svizzera ti dava un'orditura, un metodo, un programma di lavoro, come fosse il perfetto ragno che costruisce con sistematicità e perfezione la sua tela. La grafica italiana, invece, è la mosca che si infrange sulla tela. Da sola la perfezione non basta... In Svizzera da un lato ci sono le ricerche tipografiche moderniste, con i piedi nello spiritualismo (vedi *Punto, linea, superficie* di Kandinsky); dall'altro un pragmatismo per cui tutto viene messo dentro a uno schema, tutto risponde a una certa efficienza compositiva. Questo approccio è molto utile a un mondo - come quello italiano - che nasce con origini molto più eclettiche; un mondo di grafici che nascono in real-

tà come pittori, quindi con pulsioni più articolate e minor presenza dal punto di vista formativo di una scuola dedicata alle arti grafiche. Munari era un autodidatta, Grignani aveva studiato architettura ma faceva il pittore futurista, e così via. Prendi il design dei fratelli Castiglioni: c'è un estro che esce dallo specifico ambito della progettazione. Il design italiano è curioso. Si potrebbe dire che nella grafica svizzera di quegli anni c'è una dimensione estetizzante, molto rigorosa e sistematica, pensata anche in funzione dell'idea di un utilizzo universale, in cui la dimensione del racconto non è così evidente. Nella scuola italiana si coglie invece l'inserimento di un elemento narrativo, si trova una maggiore indole per «una buona apparecchiatura della tavola», che produce l'inizio di un racconto.

E dunque l'influenza reciproca ha portato a risultati che fondono i due diversi approcci.

L'influenza reciproca stava nell'aver un piano di lavoro comune, nell'operare insieme. Si guardino ad esempio le vetrine della Rinascente del dopoguerra: la concezione architettonica di Carlo Pagani viene interpretata attraverso la messa in scena del prodotto fatta da Albe Steiner, nella quale c'è come elemento fondamentale il monogramma creato da Max Huber. Tutto è collegato; le cose sono tutte contaminate.

- 1 Max Huber, La Rinascente - Articoli per la pesca, 1951, catalogo, cromolitografia, 16 x 11,7 cm, stampatore Arti Grafiche Pezzini, Milano. Archivio Max Huber
- 2 Max Huber, La Rinascente - IR, 1951, pagina pubblicitaria, stampa, 29,3 x 20,3 cm. Archivio Max Huber
- 3 Lora Lamm, La moda si diffonde con La Rinascente, 1960, manifesto, offset, 100 x 70 cm, stampatore Industria Grafica Ugo Riboldi S.p.A., Milano. Collezione privata
- 4 Max Huber, La Rinascente - Raion 1952, 1952, manifesto, offset, 70 x 100 cm. Archivio Max Huber
- 5 Max Huber, Coppa La Rinascente - Upim, 1955, manifesto, offset, 70 x 100 cm. Archivio Max Huber
- 6 Max Huber, La Rinascente - Per l'estate di tutti, 1954, foto di Serge Libiszewski, manifesto, offset, 70 x 100 cm. Archivio Max Huber

Le mostre in corso

LR100. RINASCENTE. Stories of Innovation
Milano, Palazzo Reale
Fino al 24 settembre
A cura di Sandrina Bandera e Maria Canella
Allestimento di OMA/AMO

La Rinascente. 100 anni di creatività d'impresa attraverso la grafica
Chiasso, m.a.x. museo
Fino al 24 settembre
A cura di Mario Piazza e Nicoletta Ossanna Cavadini

