POLITECNICO DI TORINO
Repository ISTITUZIONALE

Una “sala da pranzo che è più da guardare che da usare”

Original
Una “sala da pranzo che è più da guardare che da usare” / Dellapiana, Elena - In: L’ITALIA AL LAVORO Un lifestyle da esportazione / Cordera P., Faggella C.. - ELETTRONICO. - Bologna : Bononia University Press, 2023. - ISBN 979-12-5477-294-2. - pp. 77-84

Availability:
This version is available at: 11583/2982805 since: 2023-10-06T07:33:28Z

Publisher:
Bononia University Press

Published
DOI:

Terms of use:

This article is made available under terms and conditions as specified in the corresponding bibliographic description in the repository

Publisher copyright

(Article begins on next page)

16 May 2024

L'ITALIA AL LAVORO

Un *lifestyle* da esportazione

A R T E

Collezioni Luoghi Attori

A R T E

Collezioni Luoghi Attori

Diretta da/Directed by
Sandra Costa
Dominique Poulot

Comitato scientifico/Scientific committee
Sandra Costa, Alma Mater Studiorum – Università di Bologna
Marzia Faietti, Presidente Comité International d'Histoire de l'Art
Michael Jakob, Haute école du paysage, d'ingénierie et d'architecture de Genève-Lullier e École polytechnique fédérale de Lausanne (EPFL)
Pietro C. Marani, Politecnico di Milano
Angelo Mazza, Collezioni d'Arte e di Storia della Fondazione Cassa di Risparmio in Bologna
Marco Pizzo, Museo Centrale del Risorgimento di Roma, Complesso monumentale del Vittoriano
Dominique Poulot, Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne

Il titolo della collana sottolinea l'intenzione di considerare l'Arte come un sistema dinamico caratterizzato storicamente dalla molteplicità dei suoi attori. Se la creazione costituisce il cuore dell'arte, fulcro e motore del processo di produzione e di fruizione delle opere sono spesso figure che assumono e svolgono altre funzioni. Dai committenti ai collezionisti, dai conservatori dei musei ai destinatari di una più generica ma sempre più vasta educazione all'arte: lo sviluppo attuale della disciplina impedisce ormai di valutare semplicemente come secondario e accidentale il loro ruolo. Secondo questo approccio l'opera d'arte è "opera aperta": l'attenzione ad aspetti largamente interdisciplinari e alla sociologia dei fenomeni artistici intende infatti collegare il collezionismo e le sue pratiche, anche museologiche, a contesti e congiunture, a circuiti polivalenti e multiformi di cultura e di mercato.
L'interesse, anche metodologico, è rivolto a tutte le possibili forme di diffusione e mediazione; la volontà è quella di considerare l'ampliamento di orizzonti che caratterizza oggi il dibattito sull'Arte e anche di perseguire l'idea che i documenti d'archivio o gli allestimenti museali possano proporre una Storia non meno significativa di quella degli oggetti evidenziando preferenze culturali ed estetiche.

The title of the series draws attention to its intent to regard Art as a dynamic system, characterized throughout history by a multiplicity of actors. While the heart of art may be creation, the linchpin and driving force to the production and consumption of works of art often rests with figures who take on and carry out other functions. Those who commission works of art and those who collect them, museum conservators and the recipients of a general but increasingly broad art education – the current development of the discipline makes it impossible to consider the roles played by such people as simply secondary or accidental. According to this approach, the work of art is an "open work": indeed, the attention to largely interdisciplinary aspects and to the sociology of artistic phenomena aims to link collecting and its practices, including its museological practices, with contexts and circumstances, with the multipurpose and multiform circuits of culture and market.
The series' interest, including its methodological interest, is toward all possible forms of art diffusion and mediation; the purpose is to consider the broadening of horizons that currently characterizes the debate on Art and also to pursue the idea that archive documents and the way exhibitions are mounted in museums can convey a History as meaningful as the one set forth by artifacts, highlighting cultural and aesthetic preferences.

Tutti i contributi pubblicati nella collana sono sottoposti a double-blind peer review.
All contributions published in the series are subject to double-blind peer review.

L'ITALIA AL LAVORO

Un *lifestyle* da esportazione

a cura di
Paola Cordera e Chiara Faggella

Bologna
University Press

Il volume è stato realizzato nell'ambito del progetto di ricerca FARB 2021 *VO Project - La voce degli oggetti. Il Design italiano dal museo alla casa.*

POLITECNICO
MILANO 1863
DIPARTIMENTO DI DESIGN

Con il sostegno di

Fondazione Bologna University Press
via Saragozza 10 – 40123 Bologna
tel. (+39) 051 232 882
fax (+39) 051 221 019
www.buponline.com
info@buponline.com

ISSN 2465-0811
ISBN 979-12-5477-294-2
ISBN online 979-12-5477-295-9
DOI 10.30682/9791254772942

Quest'opera è pubblicata sotto licenza CC-BY-NC 4.0

Gli autori si dichiarano disponibili a regolare eventuali spettanze per l'utilizzo delle immagini contenute nel volume nei confronti degli aventi diritto.

Segreteria redazionale: Emma Puliti

Progetto grafico e impaginazione: DoppioClickArt, San Lazzaro di Savena (Bo)

Copertina: Una sala dell'esposizione *Italy at Work* al Detroit Institute of Arts.
Per gentile concessione del Detroit Institute of Arts Research Library & Archives.
DIA Negative #9340.

Prima edizione: luglio 2023

SOMMARIO

Presentazione IX
Luca Arnaboldi

Preface XIII
Elizabeth St. George

Abbreviazioni XV

Introduzione
Italy at Work, *un laboratorio per la modernità* XVII
Paola Cordera, Chiara Faggella

L'Italia in mostra. Nuovi prodotti per una clientela internazionale

Dall'italianità al Made in Italy: aspetti di transizione nel primo dopoguerra 3
Sandra Costa

*Alle radici del Made in Italy. La stampa patinata USA "crea" l'*Italian Design Renaissance *del dopoguerra* 11
Giampiero Bosoni

Italia e Stati Uniti, 1948-1954: un percorso di opportunità 21
Maria Cristina Tonelli

Olivettiani a Brooklyn 29
Caterina Cristina Fiorentino

Nuove narrazioni per la promozione della produzione italiana

From the House of Italian Handicrafts to the Exhibition Italy at Work. *Continuities and Discontinuities Among HDI, CADMA and CNA (1945-1953)* 39
Emanuela Ferretti, Lorenzo Mingardi, Davide Turrini

Molto più di una mostra d'arte 49
Paola Cordera

Made in Italy and Made for America: Craft in Italy at Work 59
Catharine Rossi

Just What Is It That Makes Italian Ceramics So Appealing? 67
Lisa Hockemeyer

Una "sala da pranzo che è più da guardare che da usare" 77
Elena Dellapiana

Prima della couture*: la promozione della moda italiana in* Italy at Work 85
Chiara Faggella

Artisti, produttori e designer

Artists at Work*: la messa in scena dell'arte italiana in America, 1947-1950* 97
Stefano Setti

Ceramiche per ricostruire l'Italia: Lucio Fontana nelle mostre americane del dopoguerra 107
Raffaele Bedarida

A New Italian Renaissance*? Il contributo di Corrado Cagli ad una nuova retorica* 117
Fabio Marino

Tra arte e industria. Il percorso di Giorgio Cipriani 125
Stella Cattaneo

Paolo De Poli e l'America: 1947-1967. Gli smalti verso il "nuovo mondo" 133
Ali Filippini

Le sedie Campanino di Chiavari. Un prodotto artigianale tra ribalta internazionale e tradizione 141
Rita Capurro

Women at Work

Antonia Campi a Italy at Work 151
Anty Pansera

Arte, design e industria: Fede Cheti e il riconoscimento internazionale dei Tessuti d'Arte nel dopoguerra 157
Chiara Lecce

Il ruolo femminile del tessile italiano nella mostra Italy at Work. *Gegia Bronzini nel contesto italiano e internazionale* 167
Michela Bassanelli

"Almost impossible to reproduce": alla scoperta di Luciana Aloisi De Reutern, designer di bijoux 175
Silvia Vacirca

Oltre *Italy at Work*

Fashion in the Art Museum: A Case Study of Salvatore Ferragamo Shoes 185
Marcella Martin

Il dialogo Roma-Stati Uniti per la promozione dell'artigianato artistico italiano. Da Italy at Work *ai circuiti delle gallerie private (1949-1961)* 193
Manuel Barrese

Poveri radicali: istanze comportamentali ed esperienze intermediali nel New Domestic Landscape *italiano* 203
Francesco Spampinato

Abstracts 211

Bibliografia 221

Indice dei nomi 239

Crediti fotografici 245

Una "sala da pranzo che è più da guardare che da usare"

Elena Dellapiana
Politecnico di Torino

> Caro Alexander, dall'America mi giunge da parte di una Ditta una richiesta per un mobile che essi hanno visto sul volume "Arredamento" edito di Hoepli, molti anni sono. Il mobile stesso è di 15 anni sono. Questo le dà la misura di come poco conoscono le nostre cose, di come si servono ancora di vecchie edizioni, di come sarebbe stato utile il numero di Domus che ci proponevamo di fare. Si rimetta in moto o veda di venirne a capo. Ne scrivo a Sgroia. È un interesse anche per la Compagnia.[1]

Così scrive Ponti a Ramy Alexander nel 1948. Il tono confidenziale, e una certa assertività – tipica del Nostro a dire il vero –, suggeriscono una continuità di rapporti tra l'architetto milanese e il vicepresidente della CNA, a cui appartiene anche Sgroia, altro corrispondente abituale di Ponti. Senza voler attribuire troppo valore a questo breve cenno, è difficile non intravedere un'idea, se non un'azione, prodromica a quanto avverrà neppure due anni dopo, tra aprile e giugno, quando Alexander, insieme a Walter Teague, Meyric Rogers e Charles Nagel jr., percorrerà in lungo e in largo la penisola alla ricerca dei pezzi da esporre in *Italy at Work*.[2] L'interesse di Ponti per l'evento nordamericano è comunque ampio. Ancora a Lombardo si rivolge nel luglio del 1950 tornando sull'uso di "Domus" come possibile cassa di risonanza presso il pubblico italiano per la mostra ancora da aprire e come strumento di accompagnamento dell'itinerario che i prodotti italiani si accingono a compiere nelle sue diverse tappe. In questo modo, dice Ponti a Lombardo, l'azione di divulgazione "che non ha secondi fini",[3] darà

[1] Lettera di Ponti a Ramy Alexander del 24 settembre 1948; GPA, *Corrispondenza*. Ringrazio Paolo Rosselli per l'accoglienza e la disponibilità.

[2] Teague 1950c.

[3] Lettera di Ponti a Ivan Matteo Lombardo nella sua veste di Presidente della CNA del 22 luglio 1950, GPA, *Corrispondenza*.

lustro alla mostra stessa, all'istituzione che la promuove e alla rivista "che da più anni e con maggior passione e validità rappresenta e lancia queste produzioni italiane".

Two birds with a stone, dunque, e Ponti, informato che gli americani stanno fotografando tutti gli oggetti raccolti a Firenze per essere spediti a New York, chiede di riceverne i *cliché* per stamparli in un numero (o un numero doppio) interamente dedicato da utilizzare come catalogo, con testo e didascalie in inglese.

Come sappiamo il tentativo – articolato con precisione millimetrica – non va a buon fine, il catalogo viene gestito dal versante americano, per quanto stampato sotto l'egida dell'Istituto per il Commercio Estero, e Ponti farà il "suo" numero di "Domus" con un ampio servizio nel dicembre del 1950, a mostra avviata e in fase di chiusura della prima tappa al museo di Brooklyn.

E qualche strascico deve aver lasciato se Ponti, ancora a Lombardo, manifesta scontento riguardo al catalogo tanto da riceverne una costernata risposta: "Lei ha perfettamente ragione e mi duole di non essermi accorto io per primo, quando è uscito il catalogo stampato dall'ICE, che il volume era più un enigma che una guida".[4] Il riferimento è alla carenza, secondo Ponti, di informazioni relative ai produttori e alle maestranze impiegate per la produzione dei saggi esposti, cosa che deve essere apparsa così grave da spingere il Ministro a promettere le dovute correzioni in un'eventuale ristampa o, almeno, di inserire un foglio volante "una specie di chiave delle illustrazioni" nell'edizione del catalogo già in circolazione. Ponti insiste suggerendo che "l'ICE e l'ENAPI mettano nome e città".

Questo breve scambio, ricucito con la Stanza-saggio di Ponti nella mostra itinerante e il numero di "Domus" – finalmente – dedicato nel dicembre del 1950,[5] permette di leggere il complesso disegno del maestro per "innamorare gli americani delle cose italiane".

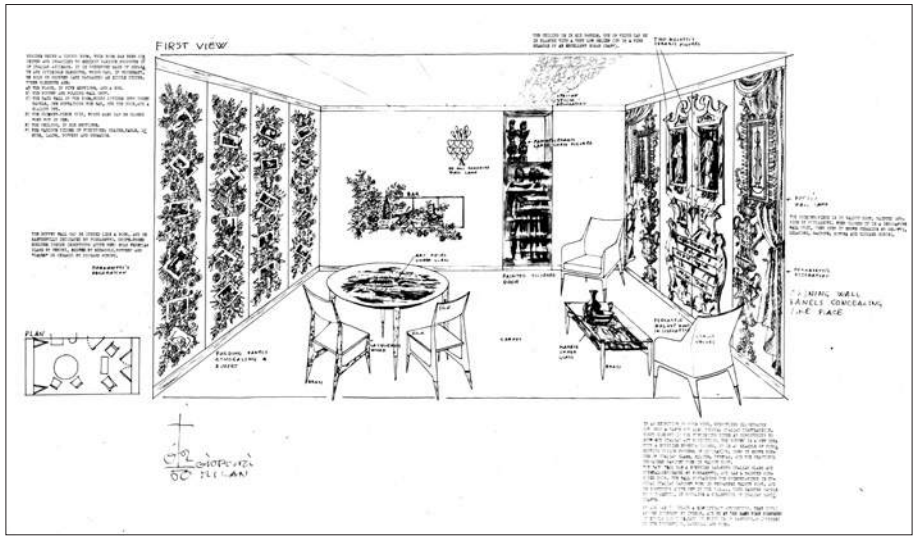
La sua *Dining Room* (fig. 1) è intesa fin dal suo concepimento come "exhibition piece to demonstrate with every item various possibilities of Italian imagination and artistic production in the numerous fields".[6] Combinazione tra immaginazione e produzione (la parola design non appare mai nella descrizione di Ponti), ma anche tra usi e aspetti. La trasformabilità *in primis:* un concetto che la fa da padrone, molto americano e preponderante anche nell'allestimento a firma di Carlo Mollino, la *Living-Dining Room.*[7] L'ambiente che rimanda ai condomini in montagna del collega torinese, è in quello di Ponti compiutamente urbano e altoborghese. Mobili-parete, come li definisce, che forniscono uno sfondo candido decorato ai pezzi in ceramica artistica e ai vetri e che, una volta aperti, disvelano la loro funzione (credenza-libro chiudibile, mobile camino, bar girevole) e mutano

[4] Lettera di Ivan Matteo Lombardo (in qualità di Ministro) a Ponti, 7 marzo 1951, GPA, *Corrispondenza*.

[5] Ponti 1950b.

[6] Rogers 1950b, pp. 60-61.

[7] Ivi, pp. 58-60.



1. Gio Ponti, *First view*, Mostra M.U.S.A., 1950

lo spazio della piccola camera. Trasformazioni chiaramente percepibili grazie a un sistema di movimentazione elettrica che accentua ulteriormente l'effetto *tableau-vivant* (o presepe meccanico?) in continuità con i ricorrenti contrasti, quasi corto-circuiti, che punteggiano la mostra, a partire dalla giustapposizione dello scooter Lambretta con il carretto siciliano che accoglie i visitatori nella prima sala.

La quota decorativa, di cui si dirà, è puntualmente controbilanciata poi dall'obbedienza alle prescrizioni imposte dalla CNA (circa 13,5 mq, con lunghezza massima di 5,40 m e profondità massima 4 m)[8] da una parte, e da soluzioni che guardano agli aspetti della logistica e del trasporto e, contestualmente, ai modi del consumo nordamericani.[9]

Nei disegni di progetto, quasi degli *storyboard*, si legge: "It is therefore made of separate and divisible elements, which can, if necessary, be sold or ordered (and packaged) as single pieces".[10] Così il pavimento si compone di cinque sezioni e un tappeto; il buffet corrisponde a una porzione di parete pieghevole (*wall-unit*); la parete di fondo è a sua volta divisa in tre pannelli (il bar, la porta e un pannello più piccolo); il camino è un elemento a sé stante; il soffitto in sei sezioni eventualmente disponibili con decori in stucco; infine i diversi pezzi d'arredo e decorativi (sedie, tavolo, lampade, stoviglie, ceramiche).

Il grado di dettaglio nella descrizione inserita nella tavola di progetto, autori, produttori, materiali, consuona con una delle accelerazioni impresse al prodotto italiano fin dal periodo anteguerra, di cui Ponti è forse il più schietto esponente.

[8] Vedi il saggio di Cordera in questo volume.

[9] Su questi temi, si veda il bel libro di De Grazia 2005.

[10] Gio Ponti, *First view*, 1950, GPA, 319DIS!P.

Dalla *Mostra della produzione in serie* a cura di Giuseppe Pagano alla Triennale del 1940[11] fino a quella del mobile singolo curata da Albini, Berlanda, Fratino e Freyrie nel 1954 (a *Italy at Work* appena conclusa),[12] la compagine dei progettisti, e delle organizzazioni di cui sono anima e motore, cerca di armonizzare una produzione prevalentemente artigianale o semi-meccanizzata, con le tendenze internazionali, tedesche e nordamericane. Ponti nella sua stanza e in tutti gli interventi a latere continua a strizzare l'occhio agli indirizzi "industrial" accentuando anzi alcuni dei temi cari ai *businessmen* americani: la logistica, il packaging, i canali di vendita. Vale forse la pena di ricordare che il 1951 è l'anno di avvio delle IDCA (International Design Conferences Aspen) volute e finanziate dal patron della Container Corporation, Victor Paepcke, il più importante magnate della cartotecnica e assiduo promotore del dialogo tra progettisti, imprese, associazioni dei consumatori per il raggiungimento del comune fine – mercantile – di prodotti di buona qualità e a buon mercato che assicurino i profitti agli investitori, il lavoro a designer, grafici, pubblicitari, *art director* e una chiara riconoscibilità all'industria nordamericana.[13]

Tuttavia, l'obbiettivo di Ponti appare più raffinato e ambizioso: le categorie nordamericane (il *wall-unit*, *in primis*) sono piegate e adattate all'approccio artistico e artigianale della lunga onda del prodotto italiano alla vigilia della consacrazione del Made in Italy.

> La parete che contiene il camino è un tipico mobile italiano realizzato in radica ferrarese, ed è qualcosa di piuttosto nuovo negli USA, con pannelli dipinti di Fornasetti, contiene una collezione di oggetti esito dell'artigianato italiano. Il mio obbiettivo è creare una atmosfera significativa, che possa di per sé suscitare interesse ed essere allo stesso tempo composta da elementi singoli, ognuno di essi di particolare interesse per la sua concezione, materiali e lavorazione.[14]

I contributi figurativi – esito della combinazione sapiente degli elementi sopraelencati – sono ovviamente il *plus* italiano: il "famosissimo" procedimento di Fornasetti che riveste quasi tutte le superfici, la porta dipinta di Altara, le candide ceramiche su disegno di Ponti (ma modellate dalle addette in Richard Ginori, tutte elencate) e le "ceramiche Fantastiche" di Parini e Melotti.

Una costellazione leggibile ma composta di individualità progettuali e produttive, dunque. Così forse si spiega l'irritazione di Ponti nei confronti degli estensori del catalogo. Nelle tavole, e nello spazio dedicato su "Domus", l'elenco è lungo e dettagliato: oltre alla rosa inclusa nel catalogo che fa riferimento a Piero Fornasetti, Edina Altara e Fausto Melotti tra gli autori e a Venini, Richard Ginori, MITA e Giordano Chiesa tra i produttori, a corredo dei disegni compaiono

[11] Bassi 2014.
[12] Bassi, Riccini 2004, pp. 105-112.
[13] Dellapiana, Rispoli 2021.
[14] Così recita il testo di accompagnamento alla tavola di progetto.

infatti anche gli smalti di Paolo De Poli, le ceramiche di Parini, Zortea, Melandri, Gambone, Bellini, Fantoni, i produttori Seguso, Laveno, Barettoni; tra i materiali e le lavorazioni i velluti di Zoagli, lo stucco romano, la radica ferrarese, l'ottone, il marmo, la seta, il legno laccato, il vetro retrodipinto e argentato.

Si tratta di alcuni tra gli autori e produttori i cui *workshop* erano stati visitati dalla delegazione americana a caccia dei prodotti da esporre nella mostra itinerante – Gambone, Fontana, De Poli e altri[15] – che nella stanza vengono valorizzati in quanto ambientati, veri e propri attori della creazione di atmosfere. La loro produzione viene presa in esame e ulteriormente amplificata nella disamina di *Italy at Work* ospitata nelle pagine di parte italiana, come si è detto, e nel gruppo si riconoscono i sodali storici di Ponti, che li promuove nelle mostre APEM, nei circuiti de La Rinascente e in ogni altra possibile occasione.[16]

Che i rapporti tra Italia e USA dopo la guerra siano soprattutto una faccenda economica emerge già dall'abbondanza di carte relative a bilanci, finanziamenti, flessioni delle vendite che accompagnano le vicende della HIH.[17] Parallelamente ai commenti ospitati dalle pubblicazioni specializzate – per la verità non molto abbondanti e, soprattutto Oltreoceano, concentrate su un'immagine complessiva al limite del naïf[18] – si possono ritrovare operazioni di vera e propria promozione attraverso accordi con buyers e responsabili delle diverse organizzazioni dedicate al commercio, persino ipotesi di coinvolgere il laboratorio delle sorelle Fontana in un concorso legato al lancio del film *Prince of Foxes* (1949, diretto da Harry King) che narra le drammatiche vicende ambientate alla corte dei Borgia, interpretate da Tyron Power e Orson Welles e girate in Italia.[19] Azioni che, nonostante la HIH venga messa in liquidazione nel 1954, sembrano aver successo, in continuità con le iniziative anche precedenti il conflitto, in una evidente, ma non scontata continuità tra le due fasi della storia italiana.

Ne è un esempio l'applique in metallo smaltato su disegno di Ponti e realizzato da De Poli, prevista nella tavola di progetto e poi assente nella realizzazione, che si riconosce in rassegne d'anteguerra (la Triennale del 1940)[20] e in disegni che intercorrono tra i due nei primissimi anni dopo la guerra e in corrispondenza delle iniziative APEM.[21]

Gli effetti non si fanno attendere: come De Poli "sfonda" in America, lo stesso capita per Fornasetti che dal 1951 fa frequenti allusioni, con Ponti, a interesse e ordini ricevuti, persino inaspettati se "dapprima ho pensato ad un trucco […].

[15] Teague 1950c.

[16] Vedi il contributo di Filippini in questo stesso volume.

[17] Si rintracciano negli archivi della CNA.

[18] Dellapiana 2022, pp. 103-118; Pietrangeli 2022, pp. 24-27; Mingardi, Turrini 2021.

[19] Pietrangeli 2022, p. 26, lettera di Gertrude Dinsmore a Ramy Alexander del 28 settembre 1949.

[20] S.A. 1940.

[21] IuavAP. Su De Poli, si veda Filippini nel presente volume.

Mi sono informato bene in America ed ora ho la certezza che la cosa è invece molto seria e trovo assai bella, specialmente di questi tempi in cui le cose dell'arte sono così lasciate da parte, che si aiutino gli artisti senza tener conto delle frontiere, in quanto essi non a un paese appartengono ma all'Umanità intera";[22] e comunque operativi: "puoi incaricare al Cassina di farmi recapitare tutti i mobili di campione ricoperti in viola e che non sono stati accettati? Mi sarebbero molto utili per mostrarli a dei clienti che attendo dall'America".[23]

Stesso destino per Edina Altara, alla quale Ponti scrive nell'ottobre del 1950 che avrebbe ricevuto ben 25.000 lire per un cristallo dipinto richiesto dalla ditta Singer & Sons e prodotto da Giordano Chiesa raccomandandosi preoccupato: "da parte mia solo la pregherei di non martirizzare Chiesa come Lei martirizza me e il mio studio, e non so il perché".[24]

Analogo discorso vale per Melandri anche se, "con rincrescimento degli ordinatori della mostra americana le sue opere non vi figurano".[25] La sua produzione è documentata in "Domus" con le immagini di alcune delle realizzazioni che il maestro faentino spedisce in forma di disegno a Ponti nel 1950, per le ipotesi di invio nelle mostre-mercato in Svezia e perché lo aiuti a collocarli presso il suo circuito di clienti.

Il successo delle cose italiane, nonostante l'indipendenza della mostra americana, è ben avviato.

Ancora Ponti scrive a Teague per l'invio di un numero di "Interiors" del 1951, dedicato alla Triennale, dove Ponti è consigliere di amministrazione, un po' defilato, e presenta il prototipo per una stanza da letto decorata da Fornasetti[26] ma dove vede "con tanto piacere mie cose pubblicate"[27] (che Teague, illustra come "birichine").[28]

D'altra parte, la ricerca di conformità, anche terminologica, tra le spiegazioni di Ponti e i criteri di scelta enunciati da Teague, illumina gli intenti del maestro milanese: il suo "Italian imagination and artistic production" riecheggia "The Italians have had their full quota of sensitive and imaginative artists"[29] dell'americano. Ma Ponti compie un passo avanti rispetto all'immagine al limite del folklore introiettata anche da Teague e dalla stampa americana. Nei primi anni '50, grazie a una serie di accordi e sicuramente alla rete che *Italy at Work* permette di intessere, nei cataloghi di Altamira, Singer & Sons e nei *department stores*, entrano molti pezzi italiani appositamente progettati – modificati – per il mercato americano.

---

[22] Lettera di Fornasetti a Ponti, 18 giugno 1951, GPA, *Corrispondenza*.

[23] Ivi, 12 marzo 1951.

[24] Lettera di Ponti a Edina Altara, 5 ottobre 1950, GPA, *Corrispondenza*; sui rapporti tra Ponti e l'azienda americana, Casali 2020.

[25] Ponti 1950b, p. 40.

[26] GPA, SL152OGG1.

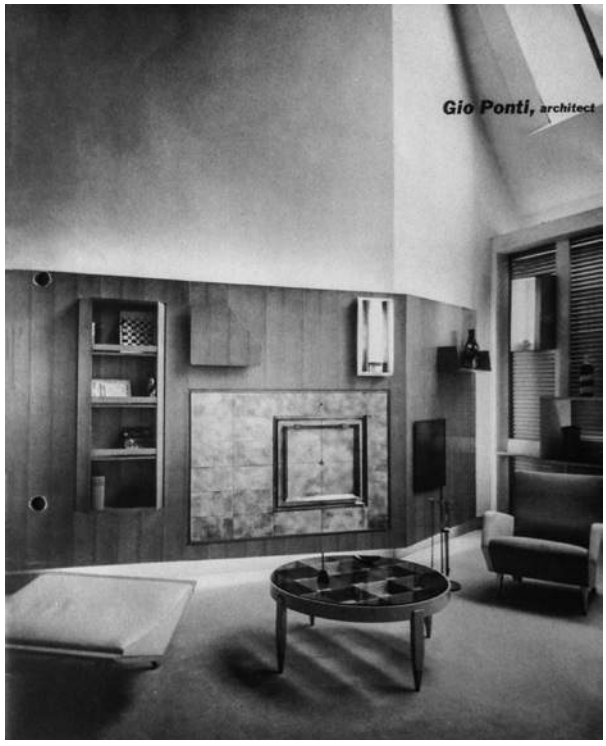
[27] Teague 1951b; lettera di Ponti a Teague del 19 novembre 1951, GPA, *Corrispondenza*.

[28] Teague 1951b, p. 93; Altea 2023.

[29] Teague 1950c, p. 198.

In un catalogo della prima metà della decade il "primo interno disegnato negli Stati Uniti da Gio Ponti per Altamira" (fig. 2) include la finestra attrezzata, un camino a scomparsa (*surprise*), il tavolino con il telaio rivestito in rame smaltato in diverse varianti progettato con De Poli, mobili cruscotto, l'*armchair* disegnata per Singer & Sons,[30] in sintesi la rilettura semplificata, anche per la produzione, dei concetti presentati a *Italy at Work* che erano "più da guardare che da usare". Impensabili fuori dalle metropoli americane le grandi superfici vetrate a tutt'altezza su cui montare la finestra arredata, adattati alla pratica della lavorazione del compensato i *wall-unit*, resi elementari i mobili trasformabili, ancora abitati, però, da ceramiche e vetri italiani. Come ceramica, vetro, smalti, tarsie, mosaici, sono il "tocco" artistico e immaginativo che caratterizzano le altre produzioni incluse nel catalogo: Bega porta in dote basi di tavoli in ceramica di Melandri e intarsi di Zuffi, Zoncada esibisce piani smaltati, fino alla chiusura customizzabile dei paraventi pieghevoli "disponibili con riproduzioni (su uno o entrambi i lati) da antiche incisioni o quadri o da tele originali di pittori italiani moderni".

Se da una parte si può leggere dunque una continuità, accolta favorevolmente dal pubblico e dai critici americani, tra l'esaltazione della bottega artigianale e della formula *Renaissance* e *craftmanship* avviata prima della guerra e le vicende,



2. *First Interior Architecture in the United States designed by Gio Ponti for Altamira. New York*, catalogo Altamira, [1953]

[30] L'inventario della produzione di mobili di Ponti è in Falconi 2010.

anche commerciali, che la seguono, dall'altra si può assegnare a Ponti la più robusta azione, e la più efficace, per avviare il culto della personalità dei progettisti-designer, dei marchi, degli oggetti che ancora in *Italy at Work* vengono presentati come un insieme compatto, al limite dell'anonimo, quasi scaturito dal clima e dalle condizioni del Bel Paese, come, tra i molti, aveva osservato F.L. Wright: "[In Italia] Edifici, quadri e sculture sembrano nati, come fiori sul margine della strada, per cantarsi alla vita".[31]

Le *troops* guidate da Ponti a partire da questa prima mostra americana andranno a polarizzare l'immagine spontanea, fresca e cordiale delle cose italiane intorno a un fulcro nuovo e altrettanto invincibile: il progetto.

[31] Kidder Smith 1955, p. 15; si tratta di un appunto di Wright riferito al viaggio in Italia del 1909 riportato in Gutheim 1941.

ARTE

L'esposizione itinerante *Italy at Work: Her Renaissance in Design Today* (1950-1953) è al centro di un'indagine svolta nel quadro di quell'ampio orizzonte internazionale che ha contribuito, nel secondo dopoguerra, alla costruzione della retorica e alla fortuna del Made in Italy.
Ventitré saggi di studiosi afferenti a sedici istituti e università italiane e straniere costruiscono la trama di un racconto polifonico e multidisciplinare, che vede coinvolti gli ambiti della storia dell'arte e dell'architettura, delle arti decorative e del design, dell'industria, della moda e della museologia. Attraverso la rilettura della bibliografia di riferimento, e sulla base di documentazione archivistica inedita, si è cercato di restituire la complessità dello scenario in cui si svolse la mostra, la sua organizzazione, gli attori, gli interessi economici e politici, gli stili e i riferimenti culturali che portarono al buon esito di un'iniziativa – e ai suoi esiti successivi – volta a presentare la ripresa dell'Italia sul palcoscenico del mondo.
Lungi dal costituire un punto di arrivo, il volume si pone quale avvio per lo sviluppo di ulteriori ricerche e nuove riflessioni.

Bologna
University Press