

**Aiap Women in Design Award** è un progetto che si pone in linea di continuità con un percorso di ricerca intrapreso già da tempo da Aiap e teso a intercettare e ricostruire contributi, testimonianze, stili e correnti legati al progetto di comunicazione nel tentativo di ri-costruire una storia del design grafico (o tante storie) non necessariamente attraverso i suoi protagonisti principali o quelli già storicizzati, bensì attraverso quel pulviscolo di professionisti che, a vario titolo, contribuiscono alla diffusione di quella cultura del progetto intesa non solo come capacità progettuale bensì anche come capacità di interpretare i contesti, proporre scenari futuri, oltre che a esemplificare quella capacità nella gestione dei sistemi e dei processi che la contemporaneità ci impone.

Biennale, alla sua prima edizione, AWDA nel 2015 si aprirà a tutti i paesi ma il suo sguardo sarà diretto in particolar modo a intercettare i venti dell'est, dell'Asia, dell'Africa, dell'India, del Far East. Uno sguardo obliquo verso quei paesi a-moderni, appunto, nei quali le storie del progetto grafico sono ancora tutte da investigare.

The project *Aiap Women in Design Award* moves along the research path that Aiap opened some time ago with the aim of identifying contributions, testimonies, styles and trends in communication design. The idea is to try and re-construct a history (or several histories) of graphic design, not necessarily through its leading figures or those who have been historicised already, but rather through the myriad of professionals who, each in their own peculiar way, contribute to the spreading of design culture meant as the ability to interpret settings, propose future scenarios, and exemplify the ability to manage systems and processes which is so important today.

A biennial prize at its first edition, in 2015 AWDA will open up to all countries, though with a special interest in the winds coming from the East, from Asia, Africa, India, the Far East: a sidelong glance towards those a-modern countries where the histories of graphic design are yet to be investigated.

Euro 24,00



aiap edizioni

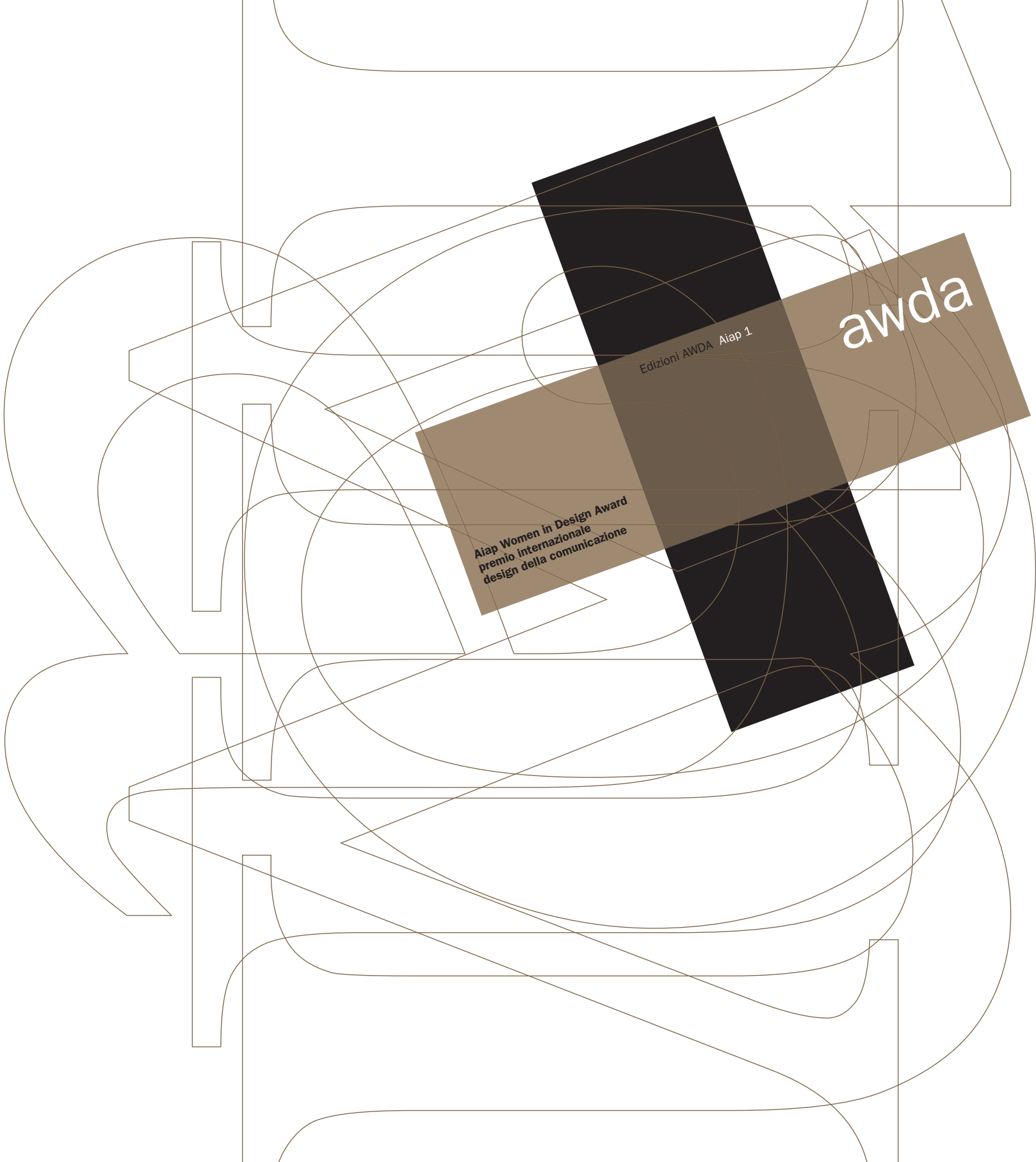
awda

Aiap Women in Design Award  
premio internazionale  
design della comunicazione

Aiap Women in Design Award  
premio internazionale  
design della comunicazione

Edizioni AWDA Aiap 1

awda



Edizioni AWDA Aiap 1

awda

Aiap Women in Design Award  
premio internazionale  
design della comunicazione

Consiglio Direttivo Aiap  
*Aiap Executive Board*  
(2013-2015)

Daniela Piscitelli  
presidente / *president*

Cinzia Ferrara  
vice-presidente /  
*vice-president*

Gabriele Maci  
segretario generale /  
*general secretary*

Andrea Innocenti  
Gianni Latino  
Gabriele Maci  
Carla Palladino  
Roberto Pieracini  
consiglieri nazionali /  
*Aiap National Board*

Piergiorgio Capozza  
tesoriere / *treasurer*

Maria A. Di Pierro  
direttore / *director*

Elena Panzeri  
segreteria / *secretary*

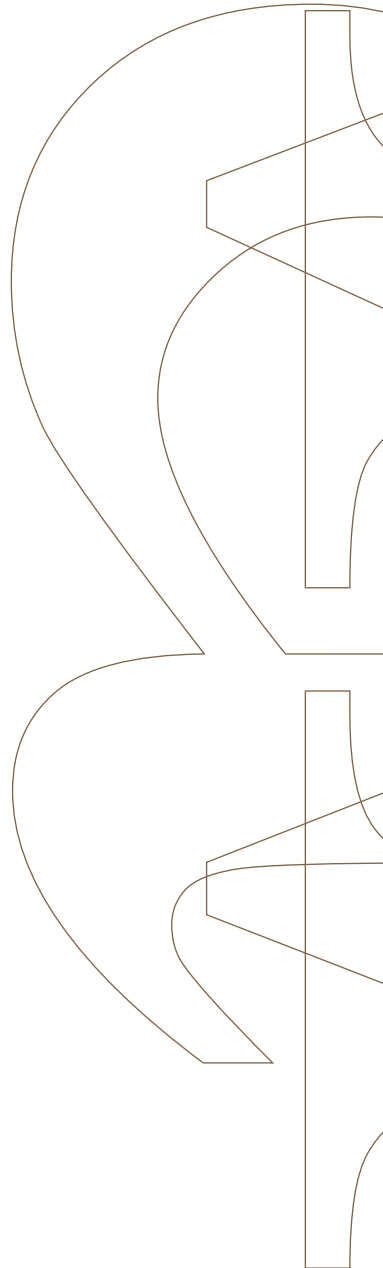
Lucia Leonardi  
segreteria amministrativa /  
*administrative secretary*

Lorenzo Grazzani  
responsabile operativo CDPG /  
*researcher, cataloguing CDPG*

Stefania Sabbi  
ufficio stampa e responsabile  
strumenti web Aiap /  
*web manager Aiap*

Aiap  
Associazione italiana  
design  
della comunicazione visiva

via Amilcare Ponchielli 3  
I - 20129 Milano  
T +39 02 29520590  
F +39 02 29512495  
aiap@aiap.it  
www.aiap.it



Aiap Women in Design Award  
premio internazionale  
design della comunicazione

Edizioni AWDA Aiap 1

awda

Aiap edizioni



AWDA  
Aiap Women in Design  
Award  
premio internazionale  
design della comunicazione

AWDA  
via Amilcare Ponchielli 3  
I - 20129 Milano  
T +39 02 29520590  
F +39 02 29512495  
www.aiap.it/awda

AWDA, un progetto di /  
*AWDA, a project by*  
Cinzia Ferrara, Laura Moretti,  
Daniela Piscitelli,  
ideato, diretto e organizzato  
da / *designed,*  
*directed and organized by*  
Aiap – Associazione  
italiana design  
della comunicazione visiva /  
*Aiap – Italian Association*  
*of Design for Visual*  
*Communication*

premio a cura di /  
*award curated by*  
Cinzia Ferrara  
Laura Moretti  
Daniela Piscitelli

organizzazione  
e coordinamento del bando /  
*organization and*  
*coordination of the call*  
*for tenders*  
Francesco E. Guida

responsabile operativo per  
AWDA /  
*AWDA operations manager*  
Stefania Sabbi

segreteria per AWDA /  
*AWDA secretariat*  
Elena Panzeri  
Lucia Leonardi

progetto grafico dell'identità  
AWDA /  
*graphic design of the AWDA*  
*identity*  
Laura Moretti

sito AWDA /  
*AWDA web site*  
Chialab, Manuel Zanettin  
BEedita Semantic Content  
Management  
Framework

AWDA  
Aiap Women in Design  
Award  
Cinzia Ferrara  
Daniela Piscitelli  
responsabili scientifici della  
collana / *scientific curators*  
*of the series*

Yesim Demir  
Laurence Madrelle  
Omar Vulpinari  
Leonardo Sonnoli  
comitato scientifico /  
*scientific committee*

volume a cura di /  
*book by*  
Cinzia Ferrara  
Daniela Piscitelli

progetto grafico del volume /  
*book graphic design*  
Paolo Di Vita

traduzioni / *translations*  
Giovanna Pistillo  
Cosmonopolitan

cura redazionale / *editing*  
Laboratorio lectorinfabula  
Palermo

ringraziamenti / *thanks to*  
Roberto Pieracini  
Leonardo Sonnoli  
Omar Vulpinari

stampato su Crush,  
carta ecologica di Favini  
realizzata con sottoprodotti  
di lavorazioni agro-industriali  
che sostituiscono fino  
al 15% della cellulosa  
proveniente da albero  
*printed on Crush, ecological*  
*paper by Favini made using*  
*process residues from*  
*organic products to replace*  
*up to 15% of virgin pulp*

composizione tipografica /  
*fonts*  
Franklin Gothic  
(Morris Fuller Benton)

© 2015 Aiap Edizioni  
© Gli autori / *The authors*  
Tutti i diritti riservati  
*All rights reserved*

ISBN  
9788890583940

Finito di stampare nel marzo  
2015 da /  
*Printed on March 2015 by*  
Tiburtini

con il patrocinio di /  
*endorsement*  
Ministero dello Sviluppo  
Economico  
AGI  
ADI  
AIPI  
AisDesign  
DcomeDesign  
POLI.Design

con il supporto di /  
*with the support of*  
Favini  
Tiburtini  
Libris in fabula

media partner /  
Abitare.it  
Aiapzine



## Indice / Index

### Testi / Texts

- 10 Daniela Piscitelli – Premessa / *Preface*
- 14 Daniela Piscitelli – Muoversi sulle sabbie mobili / *Walking on quicksand*
- 27 Cinzia Ferrara – Plurale femminile / *Feminine plural*
- 34 Francesco E. Guida – Giarrettiere, puntine e progettiste / *Garters, pins and women designers*
- 45 Niccolò Mazzoni, Leonardo Sonnoli – Su Anita Klinz / *On Anita Klinz*
- 50 Luciana Gunetti – Lica Covo Steiner: progettatrice di contenuti / *Lica Covo Steiner: designer of contents*
- 55 Laura Moretti – Aiap Women in Design Award / *Aiap Women in Design Award*

### AWDA primo premio / AWDA first prize

- 61 Primo premio / *First prize*

### Progetti e menzioni / Projects and mentions

- 69 Menzioni / *Mentions*
- 91 Progetti selezionati – Didattica / *Selected projects – Didactics*
- 101 Progetti selezionati – Professione / *Selected projects – Profession*
- 141 Progetti selezionati – Ricerca e formazione / *Selected projects – Research and education*

- 149 Antologia di immagini / *Anthology of pictures*
- 181 Bando / *Contest*
- 185 Giuria / *Jury*
- 189 Profilo Designer / *Designer Profile*

## Giarrettiere, puntine e progettiste

### Francesco E. Guida

CDPG / Aiap  
Scuola del Design  
Politecnico di Milano

Il seguente contributo,<sup>1</sup> nel riprendere alcune vicende di Aiap nella sua oramai prossima storia settantennale, intende ricomporre frammenti di storia associativa in merito alla organizzazione di riconoscimenti e di premi. Si ritiene, questa infatti, non solo l'occasione migliore per ricordare – seppure sommariamente, con la consapevolezza di trattare argomenti che necessitano di ulteriori approfondimenti – iniziative e personaggi che di fatto sono parte della storia dell'Associazione, dei suoi valori culturali e del suo legame con un sistema sociale. Ma è anche un'opportunità di riflessione sulla necessità di affermare l'autorevolezza e la maturità di un sistema disciplinare che, attraverso l'organizzazione di un premio, di un riconoscimento ad alcune delle sue eccellenze, cerca di agevolare i dibattiti interni e di accrescere la propria visibilità e riconoscibilità all'esterno. Ai primordi della storia associativa, compresi tra il 1945 – anno di fondazione come Atap (Associazione Tecnici e Artisti Pubblicitari) – e la fine degli anni Sessanta, oltre ai dibattiti sulla definizione propria dell'Associazione, sul suo ruolo e sull'ambito di rappresentanza, varie sono le iniziative che si sono progressivamente distinte e che in qualche misura hanno costituito quel patrimonio culturale su cui successivamente si è sviluppata un'idea più moderna di Aiap. Si fa riferimento in particolare alle mostre e alle

pubblicazioni che in quei primi vent'anni contribuirono a diffondere un certo standard di qualità del progetto grafico, di chiara e prevalente provenienza milanese, ma comunque in grado di esercitare una notevole influenza di trasmettere una certa autorevolezza.<sup>2</sup>

Tra le iniziative che rendono bene sia il clima di quegli anni di forte crescita economica – cui la grafica e il mondo della pubblicità, della creatività o meglio degli artisti pubblicitari, come spesso si definivano molti degli interpreti del tempo, ha dato un contributo che appare più e più determinante<sup>3</sup> –, sia la dimensione associativa, vi è sicuramente la “Giarrettiera pubblicitaria”. Si tratta di un premio che Aiap ha riconosciuto annualmente dal 1956 al 1968 e che ha visto tra i premiati figure come Dudovich, i Pagot, Sepo, Grignani, Carboni, Nizzoli, Novarese, ma anche Vittorio Gassman e Felice Nava.<sup>4</sup> L'obiettivo era quello di conferire un riconoscimento «a personalità illustri non solo della pubblicità, ma anche a personaggi che con la loro attività stimolassero l'azione pubblicitaria» in questo agendo come “attivatore” di rapporti, collante tra i diversi interpreti di un sistema allora molto solido. Il nome del premio deriva dall'omonimo ristorante milanese *La Giarrettiera*, sito in Galleria, che con spirito scanzonato i soci avevano adottato facendo anche riferimento all'omonimo storico Ordine Cavalleresco inglese.

Il premio consisteva proprio nel conferimento di una giarrettiera per signora, custodita sotto vetro, in un quadro (spesso realizzato da autori noti) dove il premiato campeggiava in caricatura, tra frasi allusive e firme di soci e ammiratori. La chiusura del ristorante determinò anche la fine del premio.<sup>5</sup> Nell'arco temporale che si è definito primordiale, molti erano i premi organizzati nell'ambito della comunicazione, pubblicitaria in particolare, promossi dalla FIP (Federazione Italiana Pubblicità) di cui l'Associazione è stata membro.

Premi in cui «i soci dell'Aiap non mancarono, meritatamente, nel farsi onore. [...] Questi premi, conferiti da illustri giurie, assolsero in quegli anni a una funzione che non soltanto esaltava il singolo; ma ristabiliva un dovuto equilibrio, ricordando come nella pubblicità tante cose vivono di vita estremamente effimera, mentre l'opera dell'artista e del grafico rimane a testimonianza del tempo».<sup>6</sup> Questa messe di premi è testimonianza proprio di una ricchezza e di una vivacità in cui i mondi della creatività e dell'industria riuscivano a dialogare portandosi e riconoscendosi vicendevolmente valore. Tra gli altri premi si possono ricordare il Trofeo d'Oro, assegnato ogni anno dal quotidiano “Il Tempo” di Roma (tra i vincitori, Erberto Carboni e Silvio Coppola) o la Targa d'Oro della Pubblicità. Ma non si può neppure dimenticare che è del 1954 la nascita del Compasso d'Oro che avrebbe nel tempo riconosciuto ai designer di comunicazione visiva un ruolo importante, e che in tempi più recenti ha significato un rafforzamento dei legami associativi e culturali tra Aiap e ADI (Associazione per il Disegno Industriale). Interessante appare oggi anche una iniziativa dedicata alla grafica e alla pubblicità legate al mondo del cinema. La “Spiga Cambellotti”, premio intitolato al cartellonista Duilio Cambellotti e promosso dal socio Luigi Martinati a sua volta coadiuvato da un gruppo di soci romani, «mirava all'elevazione del livello artistico del manifesto per il cinema, premiando il cartellonista che si fosse distinto per l'insieme della sua opera in questo campo».<sup>7</sup> Il premio fu assegnato dal 1952 al 1956 per poi inaridirsi. Se ricchi e vivaci furono tutti gli anni Cinquanta e Sessanta, i Settanta appaiono come anni di stagnazione, ma in realtà per l'Associazione si trattò di anni di transizione e di progressivo avvicinarsi ai grandi cambiamenti degli anni Ottanta, tanto che è possibile segnalare solo il premio Aiap-Triennale di Milano – il cui obiettivo era quello di vivacizzare l'attività

dell'istituzione culturale milanese, allora deplorabilmente in disarmo – ma che ha avuto una sola edizione, quella del 1974, con il premio al giovane grafico tedesco Heinz Edelman assegnato da una giuria di cui facevano parte Franco Grignani, Silvio Coppola e Pino Tovaglia.<sup>8</sup> Nel decennio successivo la distinzione tra pubblicità e area del progetto inizia a farsi sempre più netta, tanto che nel 1980 la denominazione associativa cambia, passando dall'identificare gli artisti e i grafici pubblicitari ad una più ampia categoria di creativi della comunicazione visiva.<sup>9</sup> Si tratta di un'epoca di *cambiamento* che segna l'animarsi di un dibattito su scala non più milancentrica ma nazionale, che sfocerà poi nella stesura prima (1989) e nell'adozione poi (1994) della Carta del Progetto Grafico.<sup>10</sup> In questo clima l'organizzazione di premi, in alcuni casi visti evidentemente come occasioni corporativistiche, è demandata ad altri o a occasioni che avranno evidentemente vita breve. Tra queste la più significativa è sicuramente quella del Premio Puntina, nato dalla collaborazione tra l'editore di *Pubblicità in Italia* – storico annuario delle comunicazioni visive – e l'Associazione. L'intenzione era di proporre all'attenzione dei lettori «le opere ritenute più interessanti e professionalmente avanzate tra quelle pubblicate nel volume, rappresentando un riconoscimento da parte di Aiap alla professionalità degli autori attraverso l'evidenziazione dei contenuti ideologici e formali delle opere segnalate».<sup>11</sup> Il premio prevedeva tre riconoscimenti – Puntina Oro, Puntina Argento e Menzione d'Onore – per ciascuna delle categorie incluse nell'annuario (manifesti, annunci stampa, editoria, packaging, carte da lettera e marchi, mostre, cine-tv) e vide lo svolgersi di due sole edizioni, a causa del termine delle pubblicazioni dell'annuario.<sup>12</sup> Il Premio Puntina, che poteva rappresentare il primo passo per l'avvio di un'iniziativa rappresentativa del mondo del design grafico e della comunicazione visiva fortemente legata

all'identità associativa e alle sue varie espressioni, non ebbe quindi seguito. Rimase però una traccia, tanto che nel 1991, nell'indicare le nuove direzioni dell'Associazione, il Direttivo identificò in una rassegna del progetto grafico in Italia – denominato Aiap Uno – uno dei cardini degli anni successivi.<sup>13</sup>

L'idea si basava su un osservatorio che sarebbe dovuto culminare in una pubblicazione e in una mostra da organizzarsi periodicamente al fine di segnalare le eccellenze nell'ambito del progetto di comunicazione visiva, in un'ottica interessante di monitoraggio del sistema complessivo. Il progetto si proponeva di assegnare una serie di premi negli ambiti della pratica professionale, della ricerca e della formazione scolastica, anticipando quindi una struttura simile a quella poi recuperata per il più recente AWDA. La rassegna sarebbe rimasta unicamente un indirizzo sfociato molti anni dopo nelle due pubblicazioni *Aiap Community 0.1* e *NullaOsta*, con forme e modalità estremamente differenti.<sup>14</sup>

Quello che pare emergere è che in seno ad Aiap, nei vari passaggi e cambiamenti, sia stata sempre chiara la necessità di individuare con voce autorevole (con un premio, un riconoscimento o una rassegna) le varie eccellenze negli ambiti disciplinari. Chiarezza di intenti che ha però avuto un seguito e ci si augura avrà una continuità con il progetto di Aiap Women in Design Award significativamente marcata dal fatto che alle vincitrici è stato consegnato come premio una riedizione delle puntine in argento coniate a fine anni Settanta su progetto di Sergio Dabovich e utilizzate successivamente per l'omonimo premio.<sup>15</sup>

Senza entrare ora nel merito del progetto in questione, per il quale si rimanda ad altri contributi del presente volume, si vuole però sottolineare in chiusura un ulteriore aspetto. Come si è potuto notare in questa micro-storia sui premi curati da Aiap, ciascun evento non

ha mai rappresentato un episodio isolato, per quanto spesso poco durevole, ma è legato alle intenzioni di chi nel tempo si è fatto carico di guidare l'Associazione.

Pertanto è necessario sottolineare quanto AWDA sia una conseguenza di una serie di iniziative messe in essere negli ultimi anni da Aiap, tutte legate al progetto al femminile, viste come una opportunità di indagine e di ricerca. Basti ricordare rapidamente che si tratta di un percorso iniziato con le esposizioni *Manifestinno* e *Stanze*, proseguito con il ciclo di seminari *Singolare femminile* e la retrospettiva dedicata a Simonetta Ferrante (già nel Consiglio Direttivo e quindi nella giuria del Premio Puntina a metà anni Ottanta).<sup>16</sup>

Tutte iniziative che, in una qualche misura, hanno costituito l'humus da cui di fatto è scaturito l'attuale premio. Nulla accade per caso, e ci si augura questo possa rappresentare l'inizio di una storia diversa e nuova, almeno nel ristretto ambito dei premi di design, non foss'altro che per testimoniare una rinnovata maturità disciplinare.

In my younger times I was a strong advocate of a statement that creativity has nothing to do with gender. I still firmly believe that. Time and experience adds new words to statements. Working as a professional and an lecturer, I could see in time that many women designers have a unique dialect in approaching questions in different layers.

Participating in AWDA Aiap Women in Design Award jury provided a very rich experience to me by witnessing these diverse dialects of women in the world of graphic design.

AWDA categories embraces the perceptions of educational and professional designers providing a comprehensive view over many categories of design as well as inter-disciplinary works. Conducting an online jury needs a perfect remote method, because of that special thanks goes to the efficient crew for their great professional effort in organising a flawless process for the jury members. And many thanks to my colleagues around the world, the co-members of the jury for their collaboration.

Yeşim Demir —



**1 - 1985** L'essenziale oggetto realizzato come trofeo del Premio Puntina Aiap, 1985.

**2 - 1961** Cerimonia di premiazione della Giarrettiera Aiap 1959 a Marcello Nizzoli ed Erberto Carboni. Da sinistra: Brunetta Mateldi, Marcello Nizzoli, Erberto Carboni; in piedi: Franco Mosca, presidente Aiap, con in mano il diploma illustrato da Walter del Frate.

**3 - 1957** Una immagine della serata di conferimento del Premio Giarrettiera 1957 a Sepo (Severo Pozzati, 1895-1983). Nella foto si riconoscono, da sinistra: Dino Villani, Sepo, Elda Torreani e Franco Mosca, all'epoca presidente Aiap.

**1 - 1985** The essential object designed as trophy of Premio Puntina Aiap, 1985.

**2 - 1961** Award ceremony of Giarrettiera Aiap 1959 to Marcello Nizzoli and Erberto Carboni. From left: Brunetta Mateldi, Marcello Nizzoli, Erberto Carboni. Standing, Franco Mosca, Aiap President, holding the diploma illustrated by Walter del Frate.

**3 - 1957** A picture depicting the awarding of Premio Giarrettiera 1957 to Sepo (Severo Pozzati, 1895-1983). The picture features, from the left, Dino Villani, Sepo, Elda Torreani and Franco Mosca, who at that time was president of Aiap.

**4 - 1959** Premio Giarrettiera Aiap 1959 a Franco Grignani con una illustrazione originale di Pino Tovaglia. Tra le firme sull'originale, quelle di Carlo Benedetti (Benca), Erberto Carboni, Lelo Cremonesi, Franco Mosca, Armando Testa, Pino Tovaglia, Severo Pozzati (Sepo).

**5 - 1956** Premio Giarrettiera Aiap 1956 a Giuseppe Cappadonia, pittore e cartellonista. L'illustrazione è di Marcello Dudovich. Tra le firme presenti sull'originale vi sono quelle di Carlo Dradi, Lelo Cremonesi, Franco Grignani, Franco Mosca, Nino Pagot e Dino Villani.

**6 - 1968** Panoramica della riunione conviviale in occasione del conferimento della Giarrettiera 1968 a Felice Nava e di una medaglia d'oro al pittore Giuseppe Cappadonia, nel salone del ristorante milanese "La Giarrettiera".

**7 - 1961** Premio Giarrettiera Aiap 1961 a Marcello Nizzoli ed Erberto Carboni. Elaborazione grafica di Walter del Frate.

**8 - 1962** Premio Giarrettiera Aiap 1962 ad Aldo Novarese, con una illustrazione originale di Franco Mosca e Carlo Dradi.

**4 - 1959** Premio Giarrettiera Aiap 1959 to Franco Grignani with an original illustration by Pino Tovaglia. The signatures appearing on the original copy include Carlo Benedetti (Benca), Erberto Carboni, Lelo Cremonesi, Franco Mosca, Armando Testa, Pino Tovaglia, Severo Pozzati (Sepo).

**5 - 1956** Premio Giarrettiera Aiap 1956 to Giuseppe Cappadonia, painter and poster designer. The illustration is by Marcello Dudovich, the signatures appearing on the original copy include Carlo Dradi, Lelo Cremonesi, Franco Grignani, Franco Mosca, Nino Pagot and Dino Villani.

**6 - 1968** Pan shot of the convivial meeting held on the occasion of the awarding of the Giarrettiera 1968 to Felice Nava and of a gold medal to painter Giuseppe Cappadonia, in the Milan restaurant "La Giarrettiera".

**7 - 1961** Premio Giarrettiera Aiap 1961 to Marcello Nizzoli and Erberto Carboni. Graphic elaboration by Walter del Frate.

**8 - 1962** Awarding of Giarrettiera Aiap 1962 to Aldo Novarese, with an original illustration by Franco Mosca and Carlo Dradi.

## **Garters, pins and women designers**

### **Francesco E. Guida**

CDPG / Aiap  
School of Design  
Politecnico di Milano

The following contribution,<sup>1</sup> in taking up some of the story of Aiap, soon to count seventy years' history, aims to bring together some fragments of its story as an association regarding the organization of awards and prizes. In fact, this is not only the perfect opportunity to recall – all too briefly, as this an area that needs further development – initiatives and figures that effectively make up part of the history of the Association, its cultural values and its membership of a social system. But it is also an opportunity to reflect on the need to assert the authority and maturity of a discipline which, by instituting an award, a recognition of some of its points of excellence, tries to ease internal debates and increase its visibility and recognition in the outside world.

In the early days of the Association, i.e., the period between 1945 – the year of its foundation as ATAP (Association of Advertising Technicians and Artists) – and the close of the sixties, apart from discussions pertaining to the very definition of the Association and its role and scope of representation, there were several initiatives which gradually branched out, and which to some extent formed the cultural legacy which would lead somehow to a more modern idea of Aiap. One thinks in particular of the exhibitions and publications in those first twenty years that helped to establish a certain level of quality in graphic design, which clearly came largely

from Milan, but were nevertheless able to exert a significant influence and convey a certain sense of authority.<sup>2</sup> Among the initiatives that contributed so well to the atmosphere of those years of strong economic growth – a growth to which the world of graphics and the world of advertising, creativity, or of advertising artists, as many of the artists of the time often called themselves, made an increasingly decisive contribution<sup>3</sup> – and the association itself, pride of place goes to the “Giarrettiera Pubblicitaria”, or “Order of the Garter for Advertising”. It was a prize awarded annually from 1956 to 1968 by Aiap, and among the honourees figured such personalities as Dudovich, the Pagots, Sepo, Grignani, Carboni, Nizzoli, and Novarese, but also Vittorio Gassman and Felice Nava.<sup>4</sup> The aim was to acknowledge «famous people not only in advertising, but also those who fostered advertising through their activities», acting as activators of relationships, a bridge between the different players in a system which at that time was very solid.

The award took its name from the eponymous restaurant in Milan, “La Giarrettiera”, in Galleria, which the members had adopted with a light-hearted spirit also referring to the historic English chivalrous Order of the Garter. The prize was, in fact, a lady's garter, enclosed under glass in a picture (often the work of notable artists) where the award-winning was portrayed in caricature, amid suggestive phrases and the signatures of members and admirers. The closure of the restaurant also saw the end of the Award.<sup>5</sup>

During the period referred to as primordial, many awards were set up within the world of communication, and advertising in particular, especially as they were promoted by the FIP (Italian Advertising Federation) of which the Association was a member. Among the award winners “a good number of AIAP members, deservedly, did themselves

proud. [...] During those years, these awards, conferred by distinguished juries, not only served to recognize the individual, but re-established a due balance, as a reminder that in advertising many things are extremely short-lived, while the work of the artist and the graphic artist remain as testimonies of time”.<sup>6</sup> This wealth of awards is testimony to the richness and liveliness within which the worlds of creativity and industry were able to interact, enriching and recognizing their mutual value. Among the other prizes were the “Trofeo d'Oro” awarded annually by the Rome daily newspaper “Il Tempo” (winners include Herbert Carboni and Silvio Coppola) and the Targa d'Oro della Pubblicità. We must not forget that 1954 saw the birth of the Compasso d'Oro, which would in time recognise the important role of visual communication designers, and which in more recent times has fostered the strengthening of cultural links between Aiap and the Associazione per il Disegno Industriale (ADI). Of interest for us today was an initiative dedicated to graphics and advertising connected to the world of cinema. The “Spiga Cambellotti” award named after the poster artist Duilio Cambellotti, promoted by association member Luigi Martinati with the assistance of a group of Roman partners, «aspired to the elevation of the artistic level of film posters, rewarding the poster artist who had most distinguished himself for his overall work in this field». <sup>7</sup> The prize was awarded between 1952 and 1956 and then fell into disuse. While the fifties and sixties were rich and lively, the seventies look like years of stagnation, but in reality they were years of transition for the Association, and represented a progressive approach to the sweeping changes of the eighties, so much so that we need only cite the Aiap-Triennale di Milano Award - whose aim was to give a boost to the activities of the Milan-based cultural institution, then sadly in a pitiful state, but which saw only one edition, in 1974, with

the prize going to the young German graphic artist Heinz Edelman. The jury included Franco Grignani, Silvio Coppola and Pino Tovaglia.<sup>8</sup> Over the following decade, the distinction between advertising and project design started to become increasingly marked, so the name of the association was changed in 1980 in order to move away from identifying just the artists and commercial artists and to embrace a wider category of creative visual communicators.<sup>9</sup> It was an era of change that signalled a debate at national level rather than centring on Milan, resulting first of all in the drafting (1989) and then in the adoption (1994) of the Charter of Graphic Design.<sup>10</sup> In this atmosphere, the organization of awards, in some cases seen as evident opportunities for corporatist occasions, was delegated to others or to occasions that would clearly be short lived. Of these, the most important was certainly the Premio Puntina [the drawing pin award], the result of collaboration between the publisher of Pubblicità in Italia – historical yearbook of visual communications – and the Association. The intention was to bring to the attention of readers «the work considered of greatest interest and professionally advanced out of the contents of the volume, as a form of recognition by Aiap to highlight the quality of the content and form of the selected works». <sup>11</sup> The prize consisted of three awards – the Gold Pin, the Silver Pin and the Honourable Mention – for each of the categories included in the yearbook (posters, print ads, publishing, packaging, cards and writing paper and trade marks, exhibitions, cinema-TV) but there were only two editions because the yearbook went out of circulation.<sup>12</sup> The Premio Puntina, that might have been the first step in starting an initiative to represent the world of graphic design and visual communication with strong ties to the identity of the association and its various forms of expression, was a dead end, but a trace did remain. So much so that in 1991, in setting out the new direction of the Association, the



Directors identified a review of graphic design in Italy, Aiap Uno, as one of the cornerstones for the years to come.<sup>13</sup> The idea was basically to set up an observation group that would culminate in a publication and a periodic column to highlight points of excellence in the field of visual communication from the interesting perspective of monitoring the overall system. The project aimed to assign a number of awards in the areas of professional practice, research and education, thus pre-empting a structure similar to the more recent AWDA. The review was to remain only an idea, which led many years later to two publications: Aiap Community 0.1 and NullaOsta, with very different styles and methods.<sup>14</sup> What seems to emerge is that within Aiap, throughout its various stages and changes, there has always been a clear need to identify with authority those peaks of excellence in the various disciplines, either by means of an award, a citation or a review. This clarity of purpose has been followed up, and it is hoped will continue, through the Aiap Women in Design Award project. A continuity significantly marked by the fact that the awards have been presented in the form of a new edition of the silver pins designed in the late seventies by Sergio Dabovich and later used for the eponymous award.<sup>15</sup> Without going into the merits of the project, for which we refer to other contributions in this volume, we wish, however, to emphasize one further aspect in closing. It is clear from this micro-history of the Aiap Awards, that no event has ever been an isolated episode, albeit of short duration, but each one has been tied in with the intentions of those who have been at the helm of the Association over the years. From this point of view, it is necessary to underline how the AWDA is the fruit of a range of initiatives that have been organised in recent years by Aiap, all related to women's design, seen as an opportunity for study and research. Suffice it rapidly to remember that this is a pathway that started out with the

“Manifestino” and “Stanze” exhibitions and which continued with the series of seminars “Singolare femminile” e and the Simonetta Ferrante retrospective (Ferrante was formerly on the Board of Directors and then on the “Premio Puntina” panel in the mid eighties).<sup>16</sup> All these initiatives have to some extent formed the terrain from which the current award originated. Nothing happens by chance, then, and we hope this will be the beginning of a new and different story, at least in the closed environment of design awards, if only to witness a renewed maturity in the sector.

<sup>1</sup> L'autore intende ringraziare per il prezioso supporto alla stesura di questo breve scritto Lorenzo Grazzani, responsabile operativo del Centro di Documentazione sul Progetto Grafico di Aiap per il quale si rimanda al relativo sito web [www.aiap.it/cdpg](http://www.aiap.it/cdpg).

<sup>2</sup> Si vedano ad esempio i numeri del bollettino «Poliedro» pubblicato dall'Associazione negli anni Sessanta, in cui vengono segnalate le principali iniziative a livello sia nazionale sia internazionale. Per un elenco completo invece si veda Lorenzo Manconi in “La pubblicità”, Mensile FIP – Federazione Italiana Pubblicità, ottobre 1976, anno XXX, pp. 12-14, numero interamente dedicato ad Aiap.

<sup>3</sup> Come, del resto, testimoniato nel volume a cura di Mario Piazza, *La grafica del Made in Italy*, Aiap Edizioni, Milano 2012.

<sup>4</sup> «Con questo riconoscimento, già tributato ad altre ventidue personalità, l'A.I.A.P. ha voluto esprimere a Felice Nava l'ammirazione per il maestro nell'editoria e la gratitudine per la continua opera di collaborazione e mecenatismo verso i grafici e i tecnici pubblicitari». In *A Felice Nava la Giarrettiera Pubblicitaria 1968*, “Poliedro” n. 7, settembre-ottobre 1968, pp. 18-19.

<sup>5</sup> In Lorenzo Manconi, *op. cit.*, p. 14.

<sup>6</sup> *Ivi*, p. 16.

<sup>7</sup> *Ivi*, p. 18.

<sup>8</sup> *Ivi*, p. 22.

<sup>9</sup> Vedi [www.aiap.it/documenti/8036/71](http://www.aiap.it/documenti/8036/71), in cui è riassunta la storia dell'Associazione.

<sup>10</sup> Vedi [www.aiap.it/documenti/8046/193](http://www.aiap.it/documenti/8046/193), ma anche *La nuova configurazione Aiap. Documenti, interventi, nuovo statuto, regolamenti*, in supplemento al n. 2 di “Notizie

Aiap”, novembre 1994.

<sup>11</sup> In *Premio Puntina Aiap '84*, in *Pubblicità in Italia 83/84*, Editrice L'Ufficio Moderno, Milano 1984, p. 44. Si veda anche in “Quaderni Aiap”, n. 1, gennaio/marzo 1984, p. 12.

<sup>12</sup> I risultati della prima edizione del Premio sono pubblicati in *Pubblicità in Italia 85*, Editrice L'Ufficio Moderno, Milano 1985, pp. 34-35. Quelli della seconda edizione in *Pubblicità in Italia 86/87*, Editrice L'Ufficio Moderno, Milano 1986. In *L'assemblea generale ordinaria*, in “Quaderni Aiap”, n. 3, luglio 1985, p. 4, è invece menzionata la premiazione della prima edizione, svoltasi presso la Villa Reale di Milano in occasione della presentazione del trentesimo volume dell'annuario.

<sup>13</sup> Vedi *Aiap 1. Rassegna del progetto grafico in Italia*, in “Notizie Aiap”, n. 2, gennaio/febbraio 1992, p. 12-13.

<sup>14</sup> Vedi AA.VV., *Aiap Community 0.1*, Aiap Edizioni, Milano 2004 e AA.VV., *NullaOsta. Grafica, confini, relazioni*, Aiap Edizioni, Milano 2009. Nei due volumi sono raccolti i progetti selezionati in occasione delle iniziative Aiap Community svoltesi in concomitanza con gli eventi assembleari di Riccione 2002 e Aosta 2007. La raccolta e la selezione dei progetti, con l'ambizione di costruire dei momenti di riflessione sullo stato dell'arte, differiva in quanto per il primo si attinse al bacino dei soci Aiap, per il secondo la *call* fu ampliata anche ai non-soci.

<sup>15</sup> Sergio Dabovich, per un breve periodo presidente Aiap tra il 1977 e il 1978, è stato infatti autore del marchio dell'Associazione ancora oggi in uso. A tal proposito si veda *Pubblicità in Italia 83/84*, *op. cit.*, p. 348; “Graphicus”, n. 9, settembre 1979, p. 39; “Linea Grafica”, n. 4, luglio-agosto 1979, p. 145. È anche opportuno ricordare che la puntina in argento fu inizialmente conosciuta come riconoscimento assegnato a enti e istituzioni come la Fiera di Milano in particolari occasioni; negli anni Ottanta ai nuovi soci Aiap veniva rilasciata come attestazione di appartenenza all'Associazione una sua versione più povera unitamente a una pergamena. Tale pratica si è poi persa successivamente, fatto salvo per alcuni casi come quello degli attestati progettati da A.G. Fronzoni nel 1994.

<sup>16</sup> Per ciascuno di questi progetti si rimanda nello specifico a: [www.aiap.it/notizie/9635/](http://www.aiap.it/notizie/9635/) per *Manifestino*; [www.aiap.it/notizie/12100/](http://www.aiap.it/notizie/12100/) e [www.aiap.it/gallerie/12101](http://www.aiap.it/gallerie/12101) per il progetto *Stanze*; [www.aiap.it/notizie/10068/](http://www.aiap.it/notizie/10068/) per *Singolare femminile*; e infine a Francesco E. Guida, Lorenzo Grazzani (a cura di), *Il segno continuo. Simonetta Ferrante. Grafica tra arte, calligrafia e design*, Aiap Edizioni, Milano, 2011 e in particolare al saggio a firma di Daniela Piscitelli, *Guida della donna intelligente*, pp. 19-28.

<sup>1</sup> The author wishes to thank for his invaluable support in the drafting of this brief paper Lorenzo Grazzani, chief operating officer of the Aiap Graphic Design Documentation Centre (CDPG/AIAP). For which see the website: [www.aiap.it/cdpg](http://www.aiap.it/cdpg).

<sup>2</sup> See for example the issues of the bulletin “Poliedro” published by the Association in the sixties, which mention the main national and international initiatives. For a complete list see Lorenzo Manconi in “La pubblicità”, Mensile FIP – Federazione Italiana Pubblicità, October 1976, 30°, p. 12-14, issue entirely dedicated to Aiap.

<sup>3</sup> As stated in the volume edited by Mario Piazza, *La grafica del Made in Italy, Aiap Edizioni, Milan 2012 (second edition)*.

<sup>4</sup> «With this award, already bestowed on twenty-two other personalities, the AIAP wanted to express its admiration for the publishing maestro Felice Nava and its gratitude for the continuous work of collaboration and patronage to the benefit of the graphic artists and technicians in advertising». In *A Felice Nava la Giarrettiera Pubblicitaria 1968*, “Poliedro” no. 7, September-October 1968, pp. 18-19.

<sup>5</sup> In Lorenzo Manconi, *op. cit.*, p. 14.

<sup>6</sup> *Ivi*, p. 16.

<sup>7</sup> *Ivi*, p. 18.

<sup>8</sup> *Ivi*, p. 22.

<sup>9</sup> See [www.aiap.it/documenti/8036/71](http://www.aiap.it/documenti/8036/71), with a summarised history of the Association.

<sup>10</sup> See [www.aiap.it/documenti/8046/193](http://www.aiap.it/documenti/8046/193), but also the new organisation of Aiap. Documents, speeches, new statutes, and regulations, supplement to no. 2 of “Aiap News,” November 1994.

<sup>11</sup> In *Premio Puntina Aiap '84* in Advertising in Italy 83/84, Editrice L'Ufficio Moderno, Milan 1984, p. 44. See also “Quaderni Aiap” no. 1, January-March 1984, p. 12.

<sup>12</sup> The results of the first edition of the award were published in *Pubblicità in Italia 85*, Editrice L'Ufficio Moderno, 1985, pp. 34-35. Those of the second edition in *Pubblicità in Italia 86/87*, Editrice L'Ufficio Moderno, Milan, 1986. In *L'assemblea generale ordinaria*, in “Quaderni Aiap”, no. 3, July 1985, p. 4, mention is made of the first edition of the award ceremony held at the Villa Reale in Milan on the occasion of the presentation of the thirtieth volume of the yearbook.

<sup>13</sup> See Aiap 1. Exhibition of graphic design in Italy, “News Aiap” no. 2, January/February 1992, pp. 12-13.

<sup>14</sup> See Various Authors, Aiap Community 0.1, Aiap Edizioni, Milan, 2004, and various authors, NullaOsta. Graphica, confini, relazioni, Aiap Edizioni, Milan 2009. The two

volumes contain the projects selected during the Aiap Community initiatives held in conjunction with the Rimini 2002 and Aosta 2007 meetings. The collection and selection of projects, with the aim of creating moments of reflection on the state of the art were different, as the first one drew on Aiap membership, while for the second, the call was extended to non-members.

<sup>15</sup> Sergio Dabovich, Aiap President for a short period between 1977 and 1978, was in fact the creator of the Association trademark still in use today. In this regard, see *Pubblicità in Italia 83/84*, op. cit., p. 348, "Graphicus", no. 9, September 1979, p. 39, "Linea Grafica", n. 4, July-August 1979, p. 145. It is also worth mentioning that the pin in silver was first coined as a form of recognition awarded to organizations and institutions such as the Fiera

di Milano on special occasions. In the eighties, new Aiap members were issued with a simpler version of the pin together with a certificate of proof of membership.

This practice has since been lost, except in a few cases such as the certificates designed by A.G. Fronzoni in 1994.

<sup>16</sup> For each of these projects, please refer specifically to [www.aiap.it/notizie/9635/](http://www.aiap.it/notizie/9635/) for Manifestino; [www.aiap.it/notizie/12100/](http://www.aiap.it/notizie/12100/) and [www.aiap.it/gallerie/12101/](http://www.aiap.it/gallerie/12101/) for the Stanze project; [www.aiap.it/notizie/10068/](http://www.aiap.it/notizie/10068/) for Singolare Femminile, and finally to Francesco E. Guida, Lorenzo Grazzani (ed.), *Il segno continuo*. Simonetta Ferrante. *Grafica tra arte, calligrafia e design*, Aiap Edizioni, Milan, 2011, and in particular the essay by Daniela Piscitelli, Guida della donna intelligente, pp. 19-28.

## Su Anita Klinz

Niccolò Mazzoni, Leonardo Sonnoli

Per comprendere quale sia stata l'importanza di Anita Klinz è fondamentale partire dalla sua storia personale, o quantomeno da una parte di questa. Nasce ad Abbazia, oggi Opatija, in Croazia, e successivamente si trasferisce a Praga con tutta la famiglia. Dopo aver vissuto l'invasione prima tedesca e poi russa della Cecoslovacchia, Anita Klinz riesce a fuggire in Italia, a Milano. Questo è il suo punto di partenza, da rifugiata in una città nella quale inizia la sua carriera lavorativa come baby sitter e impiegata di banca. Oltre a questi due impieghi, la sera disegna per le strade del centro, dove viene notata da un pubblicitario che le offre un lavoro all'interno della propria agenzia. All'inizio degli anni Cinquanta, avendo come obiettivo quello di lavorare nel mondo editoriale, Anita Klinz inoltra domanda di assunzione alla Arnoldo Mondadori Editore, dove viene assunta e inizia a occuparsi delle inserzioni pubblicitarie sulla rivista "Epoca". È proprio all'interno della casa editrice che sviluppa la sua carriera, riuscendo a diventare alla fine degli anni Cinquanta dirigente. Il suo ruolo è quello di Art Director dell'ufficio artistico da lei stessa creato, diventando in questo modo l'animatrice di tutto il rinnovamento dell'immagine della Mondadori.

L'ufficio artistico si occupa di tutto ciò che concerne la comunicazione della Mondadori, dalle campagne pubblicitarie alle collane e alle

copertine. Di volta in volta l'Art Director decide chi segue un certo progetto, affidandolo a illustratori o grafici del calibro di Ferenc Pintér o Peter Gogel. I risultati di questa combinazione sono particolarmente interessanti, in quanto è possibile ritrovare, all'interno della produzione, un'attenzione sia alla singola copertina sia alla struttura di collana. È un caso praticamente unico in Italia che una donna, alla fine degli anni Cinquanta, abbia il ruolo di Art Director in una casa editrice di primissimo piano. La qualità di questo lavoro viene anche riconosciuta dalle medaglie d'oro ottenute alla Fiera del Libro di Lipsia nel 1967 per il progetto grafico della nuova *Enciclopedia dei Ragazzi* realizzata con il contributo di Peter Gogel, e nel 1969 per le quattro copertine dell'opera di Winston S. Churchill, *Crisi mondiale e Grande Guerra 1911-1922*, sempre con Peter Gogel. Nel 1958 Alberto Mondadori, figlio di Arnoldo, fonda la casa editrice il Saggiatore. Inizialmente questa rimane collegata direttamente alla Mondadori, motivo per cui è proprio l'ufficio artistico che si occupa di curarne l'immagine. Gli intenti di questa casa editrice (inizialmente piccola) sono sia sociali sia politici: si fa interprete delle necessità del Paese del dopoguerra e si impone un ruolo, quello di educare. Ha detto Alberto Mondadori: «Nascerà una nuova casa editrice, che avrà come suo impegno principale quello di diffondere libri di grande importanza nella storia della cultura». La speranza è quella di poter coniugare la diffusione della cultura con successi di mercato.

La visione e il progetto sono molto ampi, e quindi all'interno di questa logica un libro non può vivere da solo, ma deve relazionarsi a un progetto più vasto, la collana, che a sua volta deve relazionarsi con le altre collane. È proprio a partire da questa logica che è possibile vedere come nei progetti grafici curati da Anita Klinz si ponga l'accento sulla struttura della collana, e quindi sul sistema visivo che unisce tra loro sia i diversi libri