

ITALY at wor

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

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, <i>un laboratorio per la modernità</i> | XVII |
| Paola Cordera, Chiara Faggella | |
| L'Italia in mostra. Nuovi prodotti per una clientela internazionale | |
| <i>Dall'italianità al Made in Italy: aspetti di transizione nel primo dopoguerra</i> | 3 |
| Sandra Costa | |
| <i>Alle radici del Made in Italy. La stampa patinata USA "crea"</i> | |
| <i>l'Italian Design Renaissance del dopoguerra</i> | 11 |
| Giampiero Bosoni | |
| <i>Italia e Stati Uniti, 1948-1954: un percorso di opportunità</i> | 21 |
| Maria Cristina Tonelli | |
| <i>Olivettiani a Brooklyn</i> | 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



Foto Porta, Alcuni dei protagonisti di *Italy at Work* di fronte alla "stanza" progettata da Gio Ponti. Da destra, in alto: Gio Ponti, Andrea Parini, Piero Fornasetti e Ramy Alexander. Da destra, in basso: Marcello Fantoni, Edina Altara e all'estrema sinistra Pietro Melandri, [1950]

Introduzione

Italy at Work, un laboratorio per la modernità

Paola Cordera, Chiara Faggella

Questo volume prende l'avvio dalle ricerche condotte all'interno del progetto FARB 2021 *VO Project – La voce degli oggetti. Il Design italiano dal museo alla casa*, finanziato dal Dipartimento del Design del Politecnico di Milano e dedicato all'esposizione itinerante *Italy at Work: Her Renaissance in Design Today* (1950-1953). Riflettere su questa iniziativa a settant'anni dal suo epilogo, ha offerto l'occasione per riconsiderare in una prospettiva storica l'evento espositivo, insieme all'importanza degli investimenti pubblici del dopoguerra nel settore manifatturiero, valutare il ruolo dei sodalizi politici, economici e professionali alla base del processo di ricostruzione del Paese ed, infine, esaminare gli importanti riflessi che le iniziative culturali e commerciali ebbero nella promozione dell'immagine dell'Italia all'estero allora come oggi.

L'obiettivo principale che ci si è posti è quello di ripercorrere alcune delle vicende connesse con la manifestazione, secondo prospettive multidisciplinari che attengono agli ambiti della storia dell'arte e dell'architettura, delle arti decorative e del design, dell'industria, della moda e della museologia. I contributi qui raccolti sono di studiosi che per formazione, registro stilistico e cultura afferiscono a settori disciplinari diversi e che proprio per questo hanno potuto arricchire la trama di una polifonia in cui le diverse voci si rincorrono sul filo di un racconto che speriamo avvincente e in cui il lettore è accompagnato attraverso scenari inediti in cui peraltro si intravedono nuove prospettive di studio.

Vale la pena almeno di fare cenno al contesto in cui l'esposizione *Italy at Work* si svolse. Le vicende che ne accompagnarono l'organizzazione superarono di gran lunga i confini nazionali e si sovrapposero cronologicamente e programmaticamente al periodo in cui si gettavano le basi per la creazione della futura Comunità Economica Europea, per il principio, espresso dal politico francese Robert Schuman, secondo cui "il contributo che un'Europa organizzata e vitale può apportare alla civiltà è indispensabile per il mantenimento di relazioni pacifiche". Era questa

una convinzione che sposava appieno gli ideali espressi nel 1947 dal celebre discorso alla Harvard University del Segretario di Stato degli Stati Uniti George C. Marshall, secondo cui la stabilità politica – e quindi la pace – non poteva essere disgiunta dal benessere economico.

Come noto, la ricostituzione del tessuto economico europeo uscito a brandelli dal conflitto – ovvero il ripristino di un sistema economico a compendio di una compagine politica – sarebbe divenuta l’obiettivo principale del European Recovery Program (ovvero, il celebrato Piano Marshall). Il sostegno statunitense, tradottosi nell’elargizione di credito, capitali, beni, merci e *know-how*, intendeva mettere i partner europei nelle condizioni di riavviare la macchina produttiva, stimolare la ripresa del mercato interno e risollevare le condizioni economiche e sociali (oltre che morali) della propria comunità, al fine di convergere verso il benessere collettivo. L’ostentazione programmatica di obblighi morali mal celava le ragioni di una politica economica che mirava a sostenere il mercato europeo per renderlo in grado da un lato di assorbire la sovrapproduzione americana e dall’altro di marcare un chiaro confine economico con i Paesi del blocco orientale. Un simile processo si compieva in direzione opposta: i paesi del “vecchio mondo” ambivano a loro volta a piazzare i propri prodotti Oltreoceano, in un contesto geografico in cui il tessuto economico non era stato compromesso dagli eventi bellici.

Le mostre-mercato e le fiere commerciali organizzate negli Stati Uniti nel dopoguerra rispondevano perciò a una duplice necessità: all’urgenza del governo statunitense di mostrare il ruolo egemone assunto a livello internazionale, dando conto in patria dei progressi economici conseguiti grazie all’importante sforzo economico, corrispondeva l’esigenza degli interlocutori europei di costituire sodalizi economici, commerciali e *network* tra acquirenti, imprese e amministrazioni.

Quindi, questa Nuova Italia che si presentava sulla ribalta internazionale insieme alla sua produzione – l’ammodernamento di industria e agricoltura erano stati al centro dello sforzo economico postbellico – ebbe quasi una vetrina ideale proprio nell’esposizione *Italy at Work*. Questa mostra deve perciò essere considerata un’importante tessera in quell’articolato mosaico geo-politico che si andò a ricomporre nel quadro delle alleanze internazionali dei primi anni della guerra fredda. Le questioni di politica internazionale e cooperazione economica costituirono lo sfondo su cui si dipanò il racconto di un evento espositivo che ha assunto i caratteri di vero e proprio mito fondatore del Made in Italy e della sua promozione. Si trattava in buona sostanza di un’ambiziosa iniziativa che divenne espressione concreta di una nazione e della sua classe dirigente e imprenditoriale che aspirava a proporre all’estero la modernità di un paese in ripresa, ma che si trovava quasi naturalmente a dover assecondare una visione transatlantica che guardava romanticamente al “fare a regola d’arte” tradizionale e che tendeva a dare maggior visibilità alle espressioni più tradizionali (e rassicuranti) della cultura italiana. Con questo scopo, secondo l’intento degli organizzatori, la selezione degli oggetti da esporre in mostra era stata guidata dalla necessità di incontrare il

gusto e il senso civico dei consumatori americani che venivano così resi partecipi della rinascita di una industriosità italiana che non entrava in competizione con il mercato statunitense e non poteva contendere il primato dell'industria della produzione in serie (Amerian 2015).

A questo contesto ha per prima guardato Penny Sparke (1998) in un pionieristico studio che ha trovato validi epigoni negli scritti di Maristella Casciato (2006) Rosalind Pepall (2006), Catharine Rossi (2015) ed Elena Dellapiana (2018). L'accresciuto interesse per l'argomento e l'ampliamento di orizzonte hanno orientato diversi studi universitari magistrali (Carpenter 2006, Coppedé 2008-2009, Adesso 2019-2020) e dottorali (Gamble 2015, Faggella 2019, Pellegris 2019-2020), dimostrando non solo il potenziale multidisciplinare della ricerca, ma anche come metodologie, impianti teorici, e contesti accademici diversi possano fornire spunti di ricerca complementari. Si dà inoltre debita nota che nel momento in cui questo volume era in corso di stampa sono stati pubblicati l'articolo di K. Devine su "The Journal of Modern Craft" (vol. 15, n. 3, 2022) e il libro di A. Gamble, *Cold War American Exhibitions of Italian Art and Design* (Oxon & New York 2023).

Se a lungo l'attenzione si è concentrata sulle fonti archivistiche e a stampa americane, il presente volume mette a sistema per la prima volta fonti americane e fonti italiane – spesso inedite – per sottolineare ancora una volta come gli scambi culturali e commerciali tra Italia e Stati Uniti nel dopoguerra non fossero semplicemente derubricabili a una mera americanizzazione del "modo italiano", ma piuttosto il risultato di una convergenza di intenti e obiettivi volti al rilancio di una nazione, l'Italia, bisognosa di una nuova reputazione con positive connotazioni culturali e commerciali.

Ciò che oggi emerge dagli archivi dispersi tra i due continenti – che ben riflette la pluralità di interlocutori coinvolti nell'iniziativa – ci parla non solo dell'esposizione in quanto evento, ma anche dei suoi protagonisti, di personalità politiche, rappresentanti della società civile, artisti e artigiani – oggi spesso dimenticati – esperti mediatori commerciali ovvero di coloro che concorsero, a vario titolo e in diversa misura, alla promozione del Made in Italy. Questo spirito di collaborazione risulta perfettamente sintetizzato dall'immagine a pagina XVI in cui sono immortalati, in un clima permeato da un giocoso affiatamento, alcuni di coloro che contribuirono alla realizzazione della "stanza" progettata da Gio Ponti (che si intravede sullo sfondo) – Edina Altara e Marcello Fantoni, Pietro Melandri e Andrea Parini – idearono la decorazione degli arredi (Piero Fornasetti) o erano coinvolti nell'organizzazione della mostra (Ramy Alexander, vicepresidente della Compagnia Nazionale Artigiana). Alle loro storie, si raccordano quelle dei curatori e delle curatrici dei musei ospitanti, responsabili dell'ideazione di un percorso espositivo che nelle dodici sedi museali non fu mai uguale a sé stesso, e che quindi ci raccontano di scelte e priorità che andavano di volta in volta rinegoziate e "customizzate", a seconda dello spazio a disposizione,

oltre che dei pubblici diversi a cui si rivolgevano in un territorio tanto esteso e culturalmente diversificato.

L'epilogo della mostra ha costituito un nuovo inizio: oltre a ispirare tanto negli Stati Uniti quanto in Europa iniziative analoghe, la dispersione degli oggetti esposti – solo in parte accolti dai musei che li avevano temporaneamente ospitati – ha contribuito alla diffusione – e alla promozione – dell'*Italian lifestyle* (anche grazie al sostegno di quella comunità italoamericana che si era in parte fatta carico delle spese connesse con l'esposizione). La frammentazione del palinsesto originario – la cui natura, secondo Meyric R. Rogers, vera e propria anima dell'impresa, rendeva la compilazione di un catalogo esaustivo “undesirable as well as impractical” – rende oggi aleatorio ogni giudizio complessivo sull'evento espositivo e sulle circostanze che lo determinarono, aprendo, al contrario, interrogativi che solo ulteriori scavi archivistici potranno forse chiarire, vagliando i documenti raccolti in archivi istituzionali, archivi museali, archivi professionali e archivi d'impresa.

Proprio per questo, la presente pubblicazione non ha l'ambizione di costituire un punto di arrivo, ma piuttosto un punto di partenza per lo sviluppo di ulteriori ricerche e nuove riflessioni. L'obiettivo principale di questo lavoro è stato quello di restituire un quadro complessivo di attori, interessi, stili e riferimenti culturali per dare conto della produzione italiana del dopoguerra e per mostrare come molti di essi contribuiscano alla sua fortuna (ciclica) anche nell'attualità.

Per fare questo, il volume è stato articolato in cinque sezioni. La prima, intitolata *L'Italia in mostra. Nuovi prodotti per una clientela internazionale*, raccoglie una serie di saggi che introducono eventi, circostanze e figure utili alla comprensione di temi e problemi che troveranno un loro ulteriore sviluppo all'interno della mostra *Italy at Work*.

Le attività promozionali del Made in Italy nel primo dopoguerra – delineate da Sandra Costa nel saggio dedicato alla Crociera Italiana nell'America Latina del 1924 – ebbero il duplice scopo di attirare l'attenzione sia degli italiani espatriati sia degli interessati visitatori, trovando poi una forte continuità nelle politiche di promozione delle arti applicate nel dopoguerra, quando interessi italiani e statunitensi cercarono il coinvolgimento delle comunità italoamericane nel supportare il nuovo “saper fare all'italiana” ormai degno di riconoscimento sui periodici dedicati all'arredamento e alla moda. Alcune di queste riviste sono prese in esame da Giampiero Bosoni in un contributo incentrato sulla figura di Irving Penn, sui suoi esordi professionali e sul suo viaggio alla “scoperta” dell'Italia. L'epilogo del saggio ben chiarisce il contesto in cui si muoveva quello che sarebbe diventato uno dei maestri della fotografia del XX secolo: il numero di “Vogue” del 1949 su cui vennero pubblicate le sue immagini avrebbe costituito un formidabile strumento per la promozione del nascente design del mobile in Italia, insieme a “Interiors” (1948) e a “Vogue” (1954). Le relazioni tra gli Stati Uniti e l'Italia tra il 1948 e il 1954 vengono prese in esame da Maria Cristina Tonelli che analizza le modalità con cui le produzioni artigianali italiane si andavano accreditando sul

mercato americano e come questo processo fosse registrato in Italia. In questo contesto, la studiosa mette in evidenza il determinante ruolo svolto da agenti di commercio o dai rapporti personali di esponenti aziendali che spesso sfuggono alla registrazione della Storia. L'ultimo saggio della sezione è incentrato sul *case study* Olivetti. La partecipazione dell'azienda eporediese alla mostra *Italy at Work* costituisce lo spunto per il saggio di Caterina Cristina Fiorentino che mette in evidenza le strategie messe in campo per promuovere, diffondere e consolidare la presenza della società sul mercato italiano, e poi su quello statunitense.

I contributi raccolti nella sezione successiva – *Nuove narrazioni per la promozione della produzione italiana* – affrontano l'esposizione *Italy at Work*, l'organizzazione dell'evento e il suo impatto economico-culturale secondo prospettive diverse. Si situano qui le vicende che, dietro le quinte, sono oggi studiate per disvelare dinamiche di interazione poco (o del tutto) conosciute tra organizzatori, curatori, artigiani e artisti, ma anche per raccontare come alcuni eventi collegati e, talvolta, contemporanei ad *Italy at Work* fossero intesi a rafforzare, non senza contraddizioni, una strategia promozionale condivisa: la mostra all'estero del prodotto italiano.

A partire dagli eventi che precedettero la costituzione della Compagnia Nazionale Artigiana (CNA), Emanuela Ferretti, Lorenzo Mingardi e Davide Turrini evidenziano gli elementi di continuità con le esperienze volte a promuovere l'artigianato italiano negli Stati Uniti nel dopoguerra. I tentativi di creare un'immagine coordinata della migliore creatività italiana dell'epoca rivelavano la necessità di unificare, seppur dal punto di vista della narrazione e delle scelte espositive, lo "stile italiano" in modo da renderlo riconoscibile ed appetibile per il pubblico borghese americano. Paola Cordera entra nel merito dell'organizzazione e dell'allestimento della mostra, documentando l'impegno del governo italiano nella lunga gestazione dell'iniziativa museale, nel coordinamento di eventi culturali e commerciali e nell'allocazione degli oggetti esposti in mostra alla fine dell'iniziativa. L'aspetto commerciale e promozionale dell'esposizione americana è approfondito dal saggio di Catharine Rossi, incentrato sul modo con cui l'artigianato italiano è stato considerato all'interno dell'esposizione e nella campagna di vendita al dettaglio – *Italy-in-Macy's* (1951) – orchestrata per attrarre i consumatori nordamericani, considerati vitali per la crescita economica dell'Italia. Alcuni di questi aspetti sono approfonditi da Lisa Hockemeyer in relazione alla produzione ceramica, alla presenza delle relative manifatture all'interno della mostra e nel contesto più ampio degli sforzi per rilanciare l'artigianato italiano nel secondo dopoguerra. Elena Dellapiana bene evidenzia come i pezzi esposti da Gio Ponti nella sua "sala da pranzo che è più da guardare che da usare" costituissero anche il pretesto per divulgare e promuovere le opere di artisti ceramisti, per dare risalto alle scuole regionali, e proporsi al pubblico internazionale come "Uomo universale". Il saggio di Chiara Faggella con cui si chiude la sezione dimostra come il racconto della moda italiana d'esportazione si stesse scrivendo già negli anni in cui si preparava l'allestimento di *Italy at Work* e come il suo riconoscimento si

crisallizzò effettivamente tra i macro-obiettivi degli organizzatori. Sebbene l'alta moda non fosse stata inclusa nella mostra, venne riconosciuta la rilevanza che i compratori americani attribuivano ad accessori di moda italiani, nonostante fossero spesso acquistati per poi essere ri-etichettati nel paese di destinazione.

Artisti, produttori e designer è la sezione che entra nel vivo di alcune vicende riguardanti gli artefici, gli artigiani e gli oggetti che parteciparono all'esposizione. Al quadro generale delineato da Stefano Setti, incentrato sul rapporto tra arti "maggiori" e "sorelle minori", seguono alcuni approfondimenti dedicati ad artisti già noti in Italia e al loro sforzo per affermarsi sul mercato statunitense, come Lucio Fontana (a cui è dedicato lo scritto di Raffaele Bedarida) e a figure già conosciute presso il pubblico americano, come Corrado Cagli (esaminato da Fabio Marino). Entrambi gli artisti, come spiegato nel volume, avevano una relazione controversa con l'immagine della creatività italiana del dopoguerra che permeava gli Stati Uniti. Ed infatti la sezione mette in evidenza come la promozione del nuovo Rinascimento italiano non fosse sempre condivisa dai partecipanti alla mostra con lo stesso spirito di adattamento. Esemplicative delle tante produzioni che nella seconda metà del XX secolo hanno dato forma al cosiddetto Made in Italy, le manifatture artistiche sono l'oggetto dei saggi successivi in cui vengono approfondite le figure dell'artista-decoratore Giorgio Cipriani – sulla cui poliedrica attività si sofferma Stella Cattaneo – e di Paolo De Poli a cui è dedicato il contributo di Ali Filippini che mette a fuoco la personalità dell'artista-smaltatore, anche in relazione alla sua collaborazione con APEM (Artigianato Produzione Esportazione Milano). Il saggio di Rita Capurro mostra infine, come il successo di pubblico generato dalla mostra non fosse bastato a tutelare alcune lavorazioni artigianali artistiche, come quella delle sedie Campanino.

Con la sezione *Women at Work* si è voluto dare conto e mettere in evidenza la diffusa presenza di numerose artiste, artigiane e imprenditrici che parteciparono a *Italy at Work* con produzioni che traducevano il gusto moderno negli oggetti di uso comune e legati alla sfera domestica più prettamente femminile. Il caso di Antonia Campi e la sua partecipazione a *Italy at Work* è inscritta da Anty Pansera nel contesto della produzione successiva per la Società Ceramica Italiana e alla luce del vivace contesto milanese della metà del Novecento. Nelle vaste possibilità di allestimento della mostra riguardo all'offerta dal settore tessile italiano si collocano anche le produzioni della milanese Fede Cheti – a cui è dedicato il saggio di Chiara Lecce – la cui partecipazione è inquadrata dai numerosi punti di contatto che aveva stabilito con gli Stati Uniti già prima della partecipazione ad *Italy at Work*, e di Gegia e Marisa Bronzini – oggetto dello studio di Michela Bassanelli – il cui utilizzo di canapa, lana, e seta nei tessuti unì materie prime inusuali all'esclusività delle piccole produzioni artigianali, molto ricercate negli Stati Uniti. La sezione si conclude con un affondo biografico in cui Silvia Vacirca ripercorre la modernità di Luciana Aloisi De Reutern, una nobildonna romana dedita a molteplici attività professionali legate alla moda, narrando come questa

figura poco conosciuta rappresentasse la continuità tra il Fascismo e la Repubblica nella promozione dell'oggetto d'arte di lusso.

Il libro si chiude offrendo qualche riflessione in merito all'eredità lasciata da *Italy at Work* attraverso i contributi della sezione *Oltre Italy at Work*. L'approfondimento di Marcella Martin dedicato ad alcune delle scarpe Ferragamo in mostra e la loro attuale collocazione al Metropolitan Museum of Art di New York consente di discutere l'ingresso dell'alta moda nelle collezioni permanenti dei grandi musei internazionali. Manuel Barrese riflette sull'impatto delle suggestioni "primitiviste" ravvisate dai critici statunitensi, in contrapposizione alla logica della produzione di massa, nella produzione degli artisti di stanza a Roma che esposero sia in *Italy at Work* sia in gallerie d'arte. I valori associati con il *lifestyle* italiano del dopoguerra e la rappresentazione del Made in Italy attraverso l'artigianato messi in scena in *Italy at Work* si ribaltano completamente invece nella visione proposta da Emilio Ambasz con *Italy: The New Domestic Landscape*, oggetto del saggio di Francesco Spampinato. In questo modo, viene volutamente gettato lo sguardo verso vent'anni più tardi. È singolare che proprio con questa stessa "fortunata mostra del design italiano" tenutasi al Museum of Modern Art di New York nel 1972 si concludesse anche il celebre volume di Ferdinando Bologna che in quello stesso anno prendeva in esame il complesso nodo di questioni sviluppate intorno alle arti "minori". In fondo, anche con questo libro dedicato a *Italy a Work* si è cercato di cogliere l'occasione per affrontare l'(irrisolta) questione del rapporto tra arte e design che ci porta all'attualità.

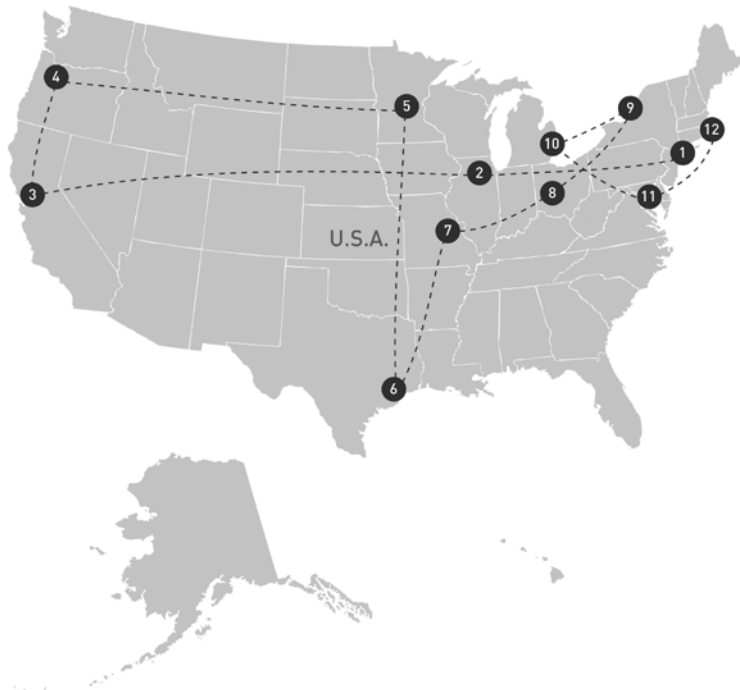
Al fine di evitare ripetizioni dovute alla ricorrenza di nomi di associazioni, consorzi e istituzioni, gli acronimi sono stati sciolti nell'elenco a pagina XV. Con analogo intento, è stata privilegiata la dicitura *Italy at Work*, in luogo del titolo completo della mostra *Italy at Work: Her Renaissance in Design Today*. Le tappe dell'esposizione sono state sintetizzate nella tavola ideata da Giuseppe Adesso a pagina XXV a cui si rimanda anche per la scansione cronologica di cui si parla nei diversi saggi.

Ringraziamenti

Le curatrici del volume desiderano ringraziare tutti coloro che hanno contribuito, a vario titolo e in momenti diversi, offrendo consigli e utili spunti, alle loro ricerche e al buon esito di questa pubblicazione. Un ringraziamento particolare va a Sandra Costa e a Dominique Poulot che, cogliendo la vocazione transdisciplinare di questo volume, lo hanno accolto nella collana ARTE. La nostra gratitudine va estesa a Luca Arnaboldi e Marzia Francisci (American Chamber of Commerce in Italy), Paolo Bolpagni, Francesca Pozzi e Sara Meoni (Fondazione Raggianti di Lucca), Gianfranco Di Natale e Cristina Fava (Sistema Moda Italia), Andrea Cancellato, Alessandra Fontaneto e Stefania di Maria (ADI Design Museum), Gaetano Di Tondo ed Enrico Bandiera (Associazione Archivio Storico Olivetti di Ivrea), Charles Doran e AnnaLee Pauls (Princeton University Library Special Collections), Giovanni Battista Fadigati (Este Ceramiche e Porcellane), Barnaba Fornasetti, Chiara Zanesi e Andrea Delle Case (Archivio Fornasetti), James E. Hanks (Detroit Institute of Arts Research Library & Archives), Chiara Marzi (Archivio Storico e di Deposito Giunta Regione Toscana), Stefania Ricci, Ludovica Barabino ed Eleonora Geppi (Fondazione Ferragamo), Liz Saint George (Brooklyn Museum, New York) e Claudia Urbanelli (Liceo artistico statale di Porta Romana di Firenze).

Questo volume non si sarebbe concretizzato senza il generoso impegno di Bologna University Press, a cui va uno speciale ringraziamento.

Italy at Work | Itinerario della mostra



- 1 NEW YORK | Brooklyn Museum
29.11.1950 - 31.01.1951
- 2 CHICAGO | Art Institute of Chicago
09.03.1951 - 13.05.1951
- 3 SAN FRANCISCO | De Young Memorial Museum
18.06.1951 - 31.07.1951
- 4 PORTLAND | Portland Art Museum
05.09.1951 - 21.10.1951
- 5 MINNEAPOLIS | Minneapolis Institute of Art
28.11.1951 - 06.01.1952
- 6 HOUSTON | Museum of Fine Arts of Houston
13.02.1952 - 27.03.1952
- 7 ST. LOUIS | City Art Museum of St.Louis
04.05.1952 - 14.06.1952
- 8 TOLEDO | Toledo Art Museum
13.09.1952 - 22.10.1952
- 9 BUFFALO | Albright Art Gallery
29.11.1952 - 11.01.1953
- 10 DETROIT | Detroit Institute of Arts
12.02.1953 - 27.03.1953
- 11 BALTIMORE | Baltimore Museum of Art
01.05.1953 - 15.06.1953
- 12 PROVIDENCE | Providence Museum of Art
01.10.1953 - 15.11.1953

Abstracts

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

Sandra Costa

(Alma Mater Studiorum - Università degli Studi di Bologna)

This contribution aims to analyze some of the political, cultural, and display choices that led the initiative of the Regia Nave Italia's cruise to Latin America in 1924 to take on a cultural and ideological as well as commercial dimension, according to the complexity of objectives in which Fascism's wishful thinking for a new identity and propaganda were combined with the valorization of regional artistic manufactures. For many of its options, this early postwar attempt to give birth to a modern integrated system for promoting the "Italian creative industries" can be considered an archetypal model for developing post-WWII Made in Italy.

Alle radici del Made in Italy. La stampa patinata USA "crea"

l'Italian Design Renaissance del dopoguerra

Giampiero Bosoni

(Politecnico di Milano)

Soon after WWII, high society magazines such as "Vogue," "Harper's Bazaar," "House of Garden," and "Interior" dedicated important reports to what they called a postwar *Italian Renaissance*. Noteworthy was the contribution of Irving Penn, a very young photographer destined to become one of the greatest masters of 20th-century photography. With the famous "Vogue" editor-in-chief Edmonde Charles-Roux, he made an in-depth trip to Italy, traveling from Milan to Rome and Naples. Moving from former research devoted to the Milan report, this essay aims to provide an additional overview of the Italian art and design scene, its stereotypes and contradictions, and being introduced to an American elite as a potential unexplored object of interest.

Italia e Stati Uniti, 1948-1954: un percorso di opportunità

Maria Cristina Tonelli

(Politecnico di Milano)

This essay outlines the relationship between the United States and Italy between 1948 and 1954, a crucial period for our country's economic recovery. It outlines the credit of our artisan productions on the American market, supported by companies, magazines, buyers, and department stores, according to the policies of the ERP program, as well as the operations aimed at sponsoring industrial development in Italy, the guarantor of well-being and democracy, and the principles of industrial design. At the same time, it examines how this process is recorded in Italy. The old foreclosures towards the American world of some Italian players condition the information and understanding of the American updating efforts. In supporting only the level of taste that Italian objects presented, regardless of their production processes as determinants, Gio Ponti creates coordinates that had an important impact on manufacturing production and subsequent historical-critical positions.

Olivettiani a Brooklyn

Caterina Cristina Fiorentino

(Università degli Studi della Campania "Luigi Vanvitelli")

The participation of Olivetti at the *Italy at Work* exhibition is the premise for a very concise narrative – outlined through the analysis of some documents held at the Associazione Archivio Storico Olivetti – about the relationship between Olivetti and the United States of America, which highlights two different historical moments and, therefore, two divergent ways in which the Ivrea-based company looked to the new world to spread and consolidate the presence of its products and style, first in Italy, Europe and South America and, then, through the transatlantic route on the American market.

From the House of Italian Handicrafts to the Exhibition Italy at Work. Continuities and Discontinuities Among HDI, CADMA and CNA (1945-1953)

Emanuela Ferretti*, Lorenzo Mingardi*, Davide Turrini**

(Università degli Studi di Firenze*; Università degli Studi di Ferrara**)

Based on unpublished archival sources at the Fondazione Ragghianti in Lucca and at the Art Institute of Chicago, this essay addresses the peculiar weaving of

connections and programmatic differences between the first post-WWII institutions aimed at promoting Italian design and production culture in the American scenario (HDI and CADMA) and *Italy at Work*. To enhance the Italian link between original creativity and executive quality, Max Ascoli and Carlo Ludovico Ragghianti were at the center of the initiatives of HDI and CADMA, which acted as much in support of producers as in promoting the commercial proposition. The paper identifies how the idea of staging an exhibition such as *Italy at Work* was already in nuce within the HIH program and how a new organization in continuity with CADMA – the CNA – was formed in 1948, with the task of managing the large sums of money that the US government allocated to facilitate and promote Italian handicraft production.

Molto più di una mostra d'arte

Paola Cordera

(Politecnico di Milano)

Based on unpublished archival sources, this essay focuses on the traveling exhibition *Italy at Work*, its organization, its display, and its contribution to promoting new Italian craftsmanship and design in postwar America. It considers the event within a broad-based agenda, showing how the exhibition's early staging plans embraced cultural and economic issues. It unveils early agreements with Manhattan museums that were never fulfilled and how the twelve museums hosting the show shared layout and display strategies. Finally, it assesses the exhibition's epilogue, highlighting the Italian government's efforts to allocate the unsold articles and their afterlife in US museums and shows.

Made in Italy and Made for America: Craft in Italy at Work

Catharine Rossi

(University for the Creative Arts, Canterbury)

This paper is premised on the significant but overlooked role played by craft in post-WWII Italian design, including in the nation's years of *ricostruzione* in the late 1940s and early 1950s. It focuses on how craft was mobilized in the display and retail of Italy's craft industries in order to attract North American consumers, who were seen as vital to the nation's economic growth, by looking both at *Italy at Work* and the accompanying 1951 retail campaign *Italy-in-Macy's*. It identifies and explores this in three key ways: first, *Italy at Work's* craft focus in general; second, the exhibition's idealization of a particular concept of craft; and third, the design of craft objects for display and sale in *Italy at Work* and *Italy-in-Macy's*.

Just What Is It That Makes Italian Ceramics So Appealing?

Lisa Hockemeyer

(Kingston University, London and Politecnico di Milano)

This essay reflects on the intentions that account for the vast inclusion of Italian ceramic manufacture in the *Italy at Work* exhibition in relation to the scopes and aims of this show and in the wider context of efforts to revive Italy's handicraft industries post WWII. It reviews the criteria and selection process applied to this sector as well as the qualities the singular objects were chosen for and the ideals they disseminated about Italian manufacture in general. Finally, it will consider the role their display played towards the promotion and commercialization of the same in America as well as the generation of an image package that united Italy's tradition of art and culture with a new, freer a less hierarchical approach towards life and lifestyle.

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

Elena Dellapiana

(Politecnico di Torino)

The synthesis made in the *Dining Room* by Gio Ponti, presented in the various steps of the exhibition in a sort of life-size showcase, is an explicit attempt to show the "Italian imagination and artistic production in the numerous fields". Wood, marble, glass, but above all ceramics in all its declinations and in a logic of surprising transformability – like Mollino's essay next to it – allow Ponti to further amplify the mission of promoting creativity in Italy by accentuating the encounter between design, art, and craftsmanship as a magic formula for revitalization and international launching. The pieces on display in the exhibition are the pretext to disseminate and promote the works of ceramic artists, to emphasize regional schools, and self-present themselves to the international public as a "Universal man". The success of the Italian product and Ponti, in particular, has since been linked to the magic words: Renaissance and craftsmanship.

Prima della couture: la promozione della moda italiana in Italy at Work

Chiara Faggella

(Lund University)

This essay intersects the historical events related to the first Italian fashion show organized by Giovanni Battista Giorgini in 1951 and the *Italy at Work* exhibi-

tion. It first discusses the discourses circulating in the US press by the late 1940s describing the nascent Italian style. It then moves on to compare how those accounts reflected the promotion of the fashionable textiles and accessories included in *Italy at Work*. The final section outlines how an attempt to hold a Made in Italy high fashion show at the Brooklyn Museum to celebrate the first leg of *Italy at Work* contributed to the foundation of the Florentine fashion shows at Palazzo Pitti, thanks to a fortunate meeting between Meyric R. Rogers and Giovanni Battista Giorgini.

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

Stefano Setti

(Università Cattolica del Sacro Cuore, Milano)

The traveling exhibition *Italy at Work* presented the works of Italian artists such as Consagra, Fontana, Melotti, Leoncillo, and Fabbri, together with lesser-known craftsmen, associated with the use of specific materials. This choice reflected the exhibition's topic, which focused on productive aspects, and the American perspective, emphasizing the humble roots of the Italian artistic culture in the 1950s. Through a broad analysis, this essay evaluates the presence and the role of some Italian painters and sculptors in selected overseas exhibitions dedicated to the applied arts. The goal is to understand the critical methodologies adopted to frame their works on the edge of that fine line between arts and craftsmanship within a calculated promotion system.

*Ceramiche per ricostruire l'Italia: Lucio Fontana
nelle mostre americane del dopoguerra*

Raffaele Bedarida

(The Cooper Union for the Advancement of Science and Art, New York)

Fontana, a poster child of Italy's post-WWII rebirth, exhibited ceramics in the two main shows of contemporary Italian art and design in the US: *Twentieth-Century Italian Art* (1949) and *Italy at Work* (1950-1953). This study situates his choice within the Reconstruction rhetoric, which saw ceramics as the humble and dignified work of an ingenious Italy, and which found in the US a privileged interlocutor: as a legitimacy source and a potential market, but also as the dominant model of modernity against which Italians defined themselves. If the intent was to distance themselves from Fascist grandeur and reassure Americans that Italian craft would not compete with US industrial design, Fontana's case reveals disturbing lines of continuity with that past and a polemical attitude towards the US.

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

Fabio Marino

(Politecnico di Milano)

Italy at Work was an extraordinary occasion to promote Italian arts. Focusing on this topic also helps to broaden the gaze on cultural mediators' role. The painter Corrado Cagli was a key figure who distinguished himself for his diligent activity of cultural promotion of the Italian arts during his American period (1938-1947). He identified and intercepted a resurgent phenomenon of mutual interest between Italy and the United States early. He also designed the exhibition cover catalog, which originated the myth of a *New Italian Renaissance*. Cagli explained his perplexities about this phenomenon affecting the art market and the nascent industrial design.

Tra arte e industria. Il percorso di Giorgio Cipriani

Stella Cattaneo

(Università di Genova)

Giorgio Cipriani (1921-1994) exhibits at *Italy at Work* with a selection of ceramic plates made at Ceramiche Zaccagnini in Florence. Cipriani is a forgotten figure who has only recently been rediscovered, gaining public attention thanks to exhibitions devoted to his work and ceramics. This contribution retraces his career through his records archived in Tavernelle d'Arbia (Siena). Whilst the particular focus is being given to his ceramic manufacture, this paper will also allow an insight into other application and production areas that recall his collaboration with major international companies.

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

Ali Filippini

(Politecnico di Torino)

This paper investigates the participation in *Italy at Work* of copper enamel artist and craftsman Paolo De Poli. De Poli's contacts with the United States began in 1946 when he joined CADMA and exported his objects for HDI to later join CNA. Also documented are his relations with APEM, a company set up to export handicraft products of the La Rinascente department store, and related to HDI's activities. At *Italy at Work*, De Poli participated with about seventy pieces: the decoration for a fireplace, two small tables designed by Gio Ponti, and about a hundred small objects for museum merchandising. His notoriety in America would grow in the following years, and in 1964 he was invited to the first International Craftsmen's

Congress at the World Crafts Council in New York, where he would be celebrated in 1967 with a solo exhibition at the Museum of Contemporary Craft.

*Le sedie Campanino di Chiavari. Un prodotto artigianale
tra ribalta internazionale e tradizione*

Rita Capurro

(Università degli Studi di Milano-Bicocca)

The excellence of wood craftsmanship in Chiavari (Genoa) is part of a local economic system documented since the end of the 18th century. Among the craftsmanship products, the chair known as the Chiavarina or Campanino stands out. It was created in 1807 and has had alternating fortunes. After World War II, the Chiavari chair gained notoriety by inspiring Gio Ponti's *Superleggera*. Still, it also circulated as a handcrafted product on the American market, thanks to initiatives promoting Italian design and craftsmanship. This essay highlights persistent features in Chiavari's chair production and its changes concerning the market, industrial production, and materials from the post-WWII period to the present.

Antonia Campi a Italy at Work

Anty Pansera

(DcomeDesign and MIDeC, Museo Internazionale del design ceramico di Laveno)

The participation of Antonia Campi in *Italy at Work* has been preceded by her success at SCI (Società Ceramica Italiana) in Laveno, where she started working in 1948 as a decorator. Recognizing her talent and capacities, art director Guido Andloviz soon involved Campi in the company's "art department" she was heading as art director until 1978. In 1950, she was noticed by Gio Ponti, who reviewed her works in "Domus." Campi's contemporary correspondence with the CNA Vice-president Ramy Alexander attests to her involvement in the American exhibition and her efforts to present further works besides the selected piece.

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

Chiara Lecce

(Politecnico di Milano)

The history of the textile and carpet company Fede Cheti, and its namesake founder, intersects some of the most significant passages in the Italian history of applied

arts and design during the second half of the 20th century. Her close bond with Gio Ponti and a large group of intellectuals, entrepreneurs, and artists on the international scene led her to be part of the important exhibition *Italy at Work*, which represented a crucial moment of contact between the Italian and American markets after WWII. This essay aims to reconstruct the experience of Fede Cheti in the postwar years in connection to the exhibition, remarking on the international impact of the Italian textile industry, joining one of its peaks in its history.

Il ruolo femminile del tessile italiano nella mostra Italy at Work.

Gegia Bronzini nel contesto italiano e internazionale

Michela Bassanelli

(Politecnico di Milano)

This essay traces the seminal events of Gegia Bronzini, one of Italy's greatest textile art exponents of the 20th century. It aims to identify her participation in Italian exhibitions and collaborations, highlighting her relationships with eminent contemporaries such as Gio Ponti and Fede Cheti. Special attention will be paid to the exhibition *Italy at Work* as an early showcase of her production in an intercontinental context, subsequently influencing Gegia Bronzini's entry into an international arena through magazines, further exhibitions, and interior projects. After her death in 1976, her daughter Marisa continued her activity until 2007, following Gegia's original spirit and philosophy.

“Almost impossible to reproduce”: alla scoperta di Luciana Aloisi De Reutern,

designer di bijoux

Silvia Vacirca

(Sapienza Università di Roma)

The discourse of Made in Italy has always been associated with fashion and design, less with the “bijoux”. According to traditional cultural hierarchies in the fashion field, accessories are peripheral, quite literally, and marginal in forging the dominant definition of fashion, which would be embodied in dress, especially French haute couture dress. This paper aims at challenging both the idea of fashion as focused on clothing and curator M.R. Rogers' view, according to whom the ability of the Italian bijou designer “is at its base less a matter of cultivated taste than the result of a strong emotional response to an instinctive appreciation of the sensual appeal of these factors”. To challenge those views, this paper will use primary and secondary sources to draw the less-known personal life trajectory and artistic work of Luciana Aloisi De Reutern, a writer and bijou designer.

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

Marcella Martin

(New York University)

Through a case study of nine pairs of Salvatore Ferragamo shoes, this paper asserts that the exhibition *Italy at Work* successfully argued for the dissolution of hierarchies in the arts by promoting the artistic value and virtuosity of the craft, design, and fashion objects it put on display in art museums across the United States. As a consequence, this exhibition and others like it contributed both materially and theoretically to the development of historic costume collections within the rarefied space of the art museum. Through an analysis of museum archives, exhibition catalogs, and the fashion press, this paper argues that the example of Ferragamo shoes sheds light on the twin experience of Italian design in the postwar period, on the one hand commercially successful and on the other, a testament to an expanding landscape of art objects in the museum.

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

Manuel Barrese

(Sapienza Università di Roma)

The essay focuses on the stylistic-productive characteristics of Roman craftsmanship in the 1950s. It outlines the network of galleries in Rome, which, from a pro-American political-diplomatic perspective, promoted Italian applied arts through exhibitions organized in their own premises or in US branches. These include the Galleria L'Obelisco, run by Irene Brin and Gaspero del Corso, the Galleria Sagittarius managed by Stefanella Barberini Colonna di Sciarra and the sculptor Renato Signorini, the Galleria 88, directed by Charles B. Moses and the Galleria Appia Antica.

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

Francesco Spampinato

(Alma Mater Studiorum - Università degli Studi di Bologna)

The paper explores some behavioral instances and intermedia practices featured in the 1972 exhibition *Italy: The New Domestic Landscape* curated by Emilio Ambasz at MoMA in New York. Starting from Superstudio, Ugo La Pietra, and

Gruppo Strum projects presented on that occasion, the paper highlights various key features of the new avant-garde and interdisciplinary movement known as Radical Architecture. It underlines the collective dimension and anti-authoritarian nature of such radical designers – in line with the Counterculture that spread since the late 1960s – as well as their ambiguous relationship, between fascination and skepticism, towards media and technology. This represents the counterpart of the economic boom, in line with a new, conceptual, and more political idea of Made in Italy that emerged at that time.

Crediti fotografici

Courtesy Archivio Fornasetti: p. XVI

Courtesy Giuseppe Addesso: p. XXV

Associazione Archivio Storico Olivetti, Ivrea. Fondo Raccolta pubblicità su riviste storiche: pp. 33 (fascicolo 35), 35 (fascicolo 191)

Fondazione Ragghianti, Archivio Licia e Carlo Ludovico Ragghianti, Lucca: p. 41

Art Institute of Chicago, Ryerson and Burnham Libraries and Archives: p. 47

Archives of American Art, Smithsonian Institution. Ninfa Valvo papers regarding the M.H. de Young Memorial Museum, circa 1930 to 1973: pp. 53, 89

©MiC – DRM Piemonte. Per gentile concessione dell’Agenzia del Demanio, Fondo Carlo Molli-no conservato al Politecnico di Torino, Torino. Sezione Archivi Biblioteca “Roberto Gabetti”: p. 54

Paul A. Schack Collection, Courtesy of Special Collections and University Archives, Rutgers University Library, NJ: p. 65

The Art Institute of Chicago/Art Resource/Foto Scala Firenze: pp. 69, 73

Courtesy of Gio Ponti Archives, Milano: p. 79

Manuscripts Division, Department of Special Collections, Princeton University Library, NJ: p. 88

Archivio Domus – Editoriale Domus S.p.A., Milano: p. 101

The Art Institute of Chicago/Art Resource, NY: p. 114

Courtesy Archivio Papi Cipriani, Siena: p. 129

Università Iuav di Venezia – Archivio Progetti, Venezia: p. 135

Collezione privata, Chiavari (ricerca iconografica Atelier Emmanuel Costa restauro): p. 145

Archivio Antonia Campi: p. 153

Archivio privato Gegia Bronzini: p. 171

Courtesy Archivio ADI Design Museum, Milano: p. 171

Courtesy Museo Salvatore Ferragamo, Firenze: pp. 189-190

Courtesy Archivio Ugo La Pietra, Milano: p. 207

Finito di stampare nel mese di luglio 2023
per i tipi di Bologna University Press

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.

