



L'imprenditore Brunello Cucinelli: «Noi responsabili della bellezza» Antonucci a pag.23



Cinema Iñárritu porta lo spettatore nella realtà Satta a pag.27

Il regista Iñárritu a Cannes, a destra Chris Cornell



Musica Maledizione grunge: addio a Chris Cornell grande voce rock Orlando a pag. 28

MACRO www.ilmessaggero.it macro@ilmessaggero.it

Letteratura Cinema Viaggi **Moda** Società Architettura Teatro Arte Gusto Tecnologia Musica Scienza Archeologia Televisione Salute

Milano celebra con una lussuosa esposizione a Palazzo Reale il più grande magazzino italiano che compie un secolo. Simbolo di modernità ha rivoluzionato l'abbigliamento femminile e maschile creando archetipi di gusto e di stile

Collage of historical posters and advertisements from the Rinascente archive, including 'AL SOLE' and 'Distensione nella Casa'.



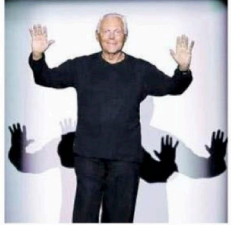
Historical photographs and posters, including 'LA STORICA SEDE' and 'LA PUBBLICITÀ Avviso di Carla Cogerino'.

La Rinascente

Eleganza e design il futuro ha 100 anni

L'ANNIVERSARIO

Cos'hanno in comune Mariangela Melato, Pierre Cardin, Gio Ponti, Marcello Dudovich e Giorgio Armani? Sono tutti passati tutti da la Rinascente. E proprio così. Il primo grande magazzino italiano, nato sul modello del parigino Bon Marché, è stato un ritrovo per artisti, designer ed intellettuali. E oggi, a 100 anni dalla sua nascita, Milano celebra il suo spirito pionieristico con una mostra che verrà inaugurata mercoledì prossimo a Palazzo Reale. Un percorso espositivo, sviluppato in 11 sale, tra fotografie, grafica, architettura, design, moda (c'è anche una sala dedicata alle storiche vetrine) capace di restituire le atmosfere, le suggestioni del tempo e comunicare lo spirito d'avanguardia che da sempre accompagna Rinascente.



Armani, da vetrinista a sovrano della moda. Abbandonati gli studi in Medicina, nei primi anni '60, Giorgio Armani viene assunto come merchandiser a La Rinascente di Milano, allora, vera e propria fucina di talenti creativi

temporanea di Gallarate e Maria Canella. Docente di Storia e Documentazione della moda presso l'Università degli Studi di Milano, in collaborazione con OMA/AMO gli studi di architettura e design di cui sono è partner Rem Koolhaas e Ippolito Festellini Lipparelli. «La mostra illustra capitoli importanti nella storia del costume, della comunicazione e della grande distribuzione - racconta Maria Canella. Con la merce esposta negli scaffali a prezzo fisso, la Rinascente ha prodotto un modello di vendita innovativo, diventando la chiave di volta di un'economia moderna che produce cambiamenti nella vita quotidiana, crea archetipi nel gusto, rivoluziona l'immagine femminile e maschile e stimola la nascita dei sistemi produttivi legati alla moda e al design, pilastri fondanti del Made in Italy». Sarà forse proprio perché non è mai stato un semplice negozio ma un laboratorio dove sperimentare le novità: a cominciare dalla sua ricostruzione che avviene nel 1917 da parte del Senatore Borletti, che, a sua volta chiama il poeta Gabriele D'Annunzio per darle un nome che colpirà le masse. Negli anni Venti la Rinascente era così grande da ospitare una banca, un ufficio postale, un parrucchiere, una sala da tè con orchestra.

PERSONALITÀ Per decenni i migliori talenti in circolazione firmano i suoi manifesti pubblicitari che, a guardarli ancora oggi, sono opere d'arte. Tra i creativi, ci sono artisti come Marcello Dudovich, che rivoluziona l'immagine della donna, rendendola non solo più sofisticata ma anche più indipendente; Bruno Munari, Max Huber. Addirittura dal '24 al '26, la Rinascente può vantare persino un futuro premio Nobel per la Letteratura negli uffici della sua amministrazione: Salvatore Quasimodo. Gli anni 50 non sono da meno. E il boom delle mostre e del design. Il grafico svizzero Max Huber realizza il nuovo e iconico marchio, un monogramma formato dalla prima lettera minuscola dell'articolo "la" seguita dalla R maiuscola in stampatello. Sempre dal 1950, un altro grafico italiano, Albe Steiner, come art director, diventa responsabile degli allestimenti esterni e interni. Subito dopo l'ufficio acquisti di la Rinascente partecipa alla mostra sul prodotto italiano allestita presso i grandi magazzini Macy's di New York, che espone i migliori prodotti Made in Italy ancora per lo più di stampo artigianale. Le mostre diventano da

PRIMATI Da lì è un'innovazione continua in tutti i settori. Il grande magazzino si avvicina all'haute couture grazie a Pierre Cardin, che fa scandalo a Parigi annunciando di disegnare la sua prima collezione per il grande magazzino. La prima lampadina in Italia si accende in Rinascente; il primo frigorifero, la prima minigonna fanno il loro debutto tramite i suoi negozi. È il punto di riferimento per sognatori, creativi e personaggi dello spettacolo. Mariangela Melato è una di questi: giovanissima, studiava pittura all'Accademia di Brera e per pagarsi i corsi di recitazione di Esperia Sperani disegna manifesti e lavora come vetrinista. Come lei Giorgio Armani, che negli anni 60, è responsabile del reparto uomo. «Rinascente ha avuto la capacità nel tempo di sapere di educare i suoi clienti all'immagine», continua Maria Canella, «È stata la prima a conciliare prodotti di alta qualità a prezzi competitivi».

allora uno strumento fondamentale per divulgare una nuova cultura verso l'oggetto d'uso quotidiano, la sua qualità formale, tecnica ed estetica. Un'attenzione che è alla base dell'idea di istituire il premio Compasso d'Oro che avviene grazie all'esposizione l'estetica del prodotto, curata e allestita nel 1953 da Carlo Pagani con Bruno Munari e Alberto Rosselli.

CROCEVIA DI MENTI VIVACI: SALVATORE QUASIMODO LAVORAVA NELL'AMMINISTRAZIONE E GIO PONTI PRESENTO QUI I SUOI MOBILI

Camilla GUSTI