



La storia
EGLE SANTOLINI MILANO

1917
la nascita del grande magazzino della famiglia Borletti battezzato da Gabriele d'Annunzio

Nacque battezzata da D'Annunzio, tra clamori di guerra, e rese il buon gusto democratico, alla portata della nascente borghesia italiana: con quel nome che all'inizio sembrò perfino portare un po' rognna, visto l'incendio che poco dopo l'acconciò per sempre alla fenice; ma che da subito si dimostrò, come aveva scritto l'inventore, «semplice, chiaro, opportuno». La Rinascente di Milano compie cent'anni e resta il grande magazzino più bello del mondo, titolo certificato nel 2016 dal Global Department Store Summit, e soprattutto il più aggiornato ai cambiamenti di clienti e modo di vendere.



1960
il boom la novità assoluta delle scale mobili

«Nelle due foto «Sulle scale mobili 1964 film di ricerca sul pubblico di un grande magazzino di Bruno Munari e Marcello Piccardo»

mandarino, sono affiancate da pensosi hipster con la barba e gli occhiali di tartaruga e accompagnato l'ospite, spesso straniero, in quella che si definisce shopping experience lasciando toccare e provare quello che vuole, ma non abbandonandolo mai al proprio destino; e sapendo perfettamente quello che piace alla matrona dell'Arabia Saudita o alla teenager di Ginza.

2016
il grande magazzino più bello del mondo secondo il Global Department Store Summit e anche il più aggiornato

Il Compasso d'oro
Le sneaker le compri nel corridoio che porta all'Annex, il reparto dedicato ai più giovani ma che ai cinquantenni evoca in modo lancinante il mitico Fiorucci di piazza San Babila, e accidenti se è un complimento. Nel sotterraneo trovi il meglio del design internazionale, e non puoi fare a meno di ricordare che qui nacque il Compasso d'oro, e come alla Rinascente lavorarono Gio Ponti e Bruno Munari, Marco Zanuso e Tomàs Maldonado, Albe Steiner e Italo Lupi, più Giorgio Armani che cominciò come vetrinista, ma presto passò a occuparsi delle linee



Le scale mobili che insegnarono agli italiani lo shopping

Si celebrano i primi cento anni della Rinascente battezzata da D'Annunzio, ora è una "experience"

Max Huber
In alto «L'estate 1955 consiglia» del designer svizzero vicino al Bauhaus, è stato lui a creare il noto logo «E» in caratteri diversi

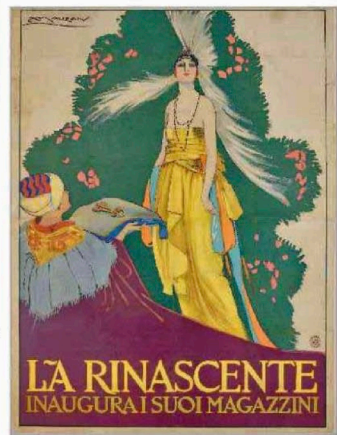
maschili. Se poi hai fame, o sei solo curioso di verificare se per caso in Italia distribuiscono i biscotti rosa da champagne di Reims, due ascensori veloci ti portano direttamente dal piano strada al sesto, una Disneyland per gourmet con dieci ristoranti e uno store di prodotti alimentari.

Rievocare le tappe della trasformazione dall'austero magazzino della famiglia Borletti al negozio supercool dei nostri giorni, di proprietà thailandese e gestione italiana, fa riflettere su mutamenti più complessivi. Pensate a



Marcello Dudovich
«La Rinascente-Articoli da Viaggio: in questo cartellone del 1925 il pubblicitario e pittore italiano immortalò la donna Anni 20»

Achille Luciano Mauzan
1917, «La Rinascente inaugura i suoi magazzini, del pittore francese»



Tradizione e innovazione
Arrivarono le linee di abiti «elle erro», con favolose sfilate al teatro Manzoni per cui ci si contendevano gli ingressi. Arrivarono le mostre all'ultimo piano, il salone di parrucchiere, le truccatrici a pianterreno, le carte fedeltà. E poi, con il passare del tempo, un tono sempre più feltrato e intimo, da boutique, con i corner dedicati alle firme importanti, e un reparto accessori in grado di soddisfare la fashion victim più intossicata. Mancava fino a poco fa un reparto calzature adeguato al contesto, ma la fatina della Ri-

nascente ha provveduto e adesso anche Barney's New York è stato umiliato.

La Rinascentista di tradizione, quelle che da sempre si chiedono come mai le scale mobili al reparto uomo siano così difficili da imboccare, temono soltanto che il loro store di elezione diventi troppo global, con le dragonesse coreane a prendere il sopravvento. Poi scendono al Bar della Rina e si consolano con un caffè, ricordando che, quando avevano cinque anni, quel posto lo chiamavano proprio così.

Quel laboratorio di grafica e fotografia da Dudovich a Gio Ponti fino a Toscani

Modello di marketing nelle mostre di Milano e Chiasso

FIORELLA MINERVINO
CHIASSO

Quella della Rinascente è una storia di innovazione, imprenditoria illuminata, capacità di intuire il peso della comunicazione che accompagna lo sviluppo della moda: un autentico laboratorio di sperimentazione nel design, nella grafica, nella pubblicità, come negli allestimenti, scenografia e packaging di merci secondo epoche e stagioni, grazie ai maggiori cartellonisti, designer, architetti, fotografi.

Due mostre celebrano questo secolo d'oro a Palazzo Reale: inaugura oggi *Storie di innovazione* (fino al 24 settembre) curata da Sandrina Bandera e

Maria Camella, con opere d'arte, design, documenti di personaggi. E' al M.a.x, il Museo di Chiasso (aperta fino al 24 settembre) c'è *La Rinascente. 100 anni di creatività d'impresa attraverso la grafica*: una vera delizia, curata da Mario Piazza e Nicoletta Ossanna Cavadini. Introducono alle diverse tappe della grafica e design legati allo shopping: in 500 magnifici manifesti cartoncini, foto, disegni, documenti, locandine, pubblicità, cartoline, carte da imbello, biglietti d'auguri, bozzetti, campagne fotografiche, a partire dal grande Marcello Dudovich che con altri «magnifici» come Boccasile, Mauzan, Mellicovich, Laia, Vernizzi accompagnavano la donna



Gli anni del boom
Foto per catalogo natalizio IR, 1966 Serge Libiszewski

presa Massimo Vignelli e Tomàs Maldonado, quanto al packaging, vetrine e allestimenti, sono le star Bruno Munari, Carboni, Nizzoli fino a Italo Lupi, Giorgio Armani, Mario Bellini, Enzo Mari. Fra i fotografi non mancano Ugo Mulas, Carlo Orsi.

È la stagione del frammento eloquente, occhio, bocca, profili stilizzati, gonne a palloncino, atteggiamenti disinvolte e liberi; infine le rare foto del giovane Oliviero Toscani: la donnamare fotografata dal sotto in su con una margherita in fronte, o immortalata a strisce rosse, gialle, blu per emoda di colore.

stra il mutamento nel costume e il Modern Style: mentre Gio Ponti progetta la nuova casa borghese con Emilio Lancia sotto il marchio «Domus Novas» sono i nuovi mobili a prezzi moderati; viene chiamato lo svizzero Max Huber dalla scuola di Zurigo vicina al Bauhaus, lui crea il noto logo

«IR» in caratteri diversi, inoltre la via dell'immagine lega passato e novità con Albe Steiner; la modella è una giovane, spigliata dalle gonne a ruota.

Belle le foto e manifesti Anni 70 e 80, con il «Compasso d'oro» e le mostre dedicate a Giappone, Messico e così via. Per la grafica collaborano i nomi famosi, con-