

*la*Rinascence

LR100

Forward
vogue.it/news

66

quando si parla di prodotti di bellezza, è avvolto dalle fragranze, come quelle di Amouage, casa fondata in Oman, in vendita nei negozi più esclusivi di tutto il mondo. La collaborazione fra Alber Elbaz e il guru delle fragranze Frédéric Malle è la prova che il luxury fashion può tradursi anche in un profumo che si spande nell'aria, oltre che nel tocco di stoffe preziose e del glamour che creano nella loro relazione con il corpo. Ma comunque si traduca il lusso nel Ventunesimo secolo – in un'esperienza straordinaria, in un oggetto o in un qualcosa di raro e inaspettato – non si può trascurare la velocità e il potere dell'high tech. Le nuove rotte commerciali non significano soltanto spostamenti da un posto all'altro. Includono anche la tecnologia che permette agli acquirenti e ai fornitori inediti collegamenti di mercato.

È come se la società si muovesse a due velocità differenti: il lento, solenne incedere dei cammelli nella sabbia da una parte; e la gratificazione istantanea dell'acquisto on-line dall'altra. La digitalizzazione è un progresso? Lo shopping on-line rappresenta una più equa distribuzione dello shopping di lusso? C'è ancora un luogo dove acquistare in modo più consapevole begli oggetti? Questi sono tutti interrogativi affrontati e discussi alla Conferenza del lusso di Condé Nast International. La sfida oggi, tanto nel mondo dell'impresa quanto in quello dei consumatori, è offrire, da una parte, e disporre, dall'altra, di un'ampia scelta, non soltanto di prodotti ma anche di modalità d'acquisto. E il lusso "consapevole" riguarda proprio questo genere di decisioni, qualunque sia la via globale o la lontana meta di destinazione. ■

** Terza edizione della Condé Nast Luxury Conference (4-6 aprile), organizzata da Suzy Menkes, International Vogue Editor. A discutere con lei sul tema-titolo "Mindful Luxury", tra i molti designer e professionisti dell'industria della moda, Elie Saab, Alber Elbaz e Giambattista Valli, Matteo Marzotto e Deena Aljuhani Abdulaziz. Info: cniluxury.com*

La sfida è offrire e disporre di un'ampia scelta, non solo di prodotti ma anche di modalità d'acquisto, qualunque sia la via o la meta di destinazione



In Vetrina

by Francesca Molteni

Festeggia cento anni (e più) la Rinascente, simbolo italiano dello shopping globale. Cinque domande a Italo Lupi, che ne ha disegnato un pezzo di storia

La Rinascente di Milano compie 100 anni, o meglio, li compie il nome inventato da Gabriele d'Annunzio nel 1917. Gli anni dalla nascita dei Magazzini Bocconi, progenitori della Rinascente di Senatore Borletti, sono infatti 152. Per festeggiare questo centenario, il "miglior department store al mondo" del 2016 – secondo l'associazione internazionale che li rappresenta – inaugura un archivio digitale ricchissimo e due mostre: una a Palazzo Reale a Milano (dal 23/5-24/9), con l'allestimento di Rem Koolhaas; l'altra al m.a.x. museo di Chiasso, dedicata alla grafica d'impresa (20/5-24/9).

A raccontare l'essenza di questo tempio dello shopping, Italo Lupi: più di 40 anni di carriera, architetto, designer, art director, due Compassi d'Oro, autore di progetti grafici che hanno fatto storia, e che tra il 1960 e il 1962 è stato consulente grafico nell'Ufficio Sviluppo del grande magazzino.

Cosa rappresenta la Rinascente per Milano e l'Italia?

Tenendo fede al suo nome, rinasce dalle macerie della guerra negli anni 50. Ricordo il grande successo dell'inaugurazione, allora non c'era niente di simile. Era guidata con forza ►

La Rinascente è stata una vera pioniera del design. Ha influenzato i costumi degli italiani e cambiato la comunicazione puntando su grandi talenti della creatività

da mani sapienti. Tutto, dalla campagna pubblicitaria ai depliant, ne sottolineava l'inserimento nella cultura di quello che oggi chiamiamo "design" – parola che allora non si usava –, rivolgendosi ai migliori professionisti della comunicazione: Max Huber, Albe Steiner, Fulvio Bianconi. Aveva portato un guizzo di modernità a Milano, città che si stava affermando come officina di sperimentazione e sedimentazione di una cultura unica e anticipatrice. E poi, entrare nei grandi magazzini... era un paradiso dei sogni, di luci, di neon.

Cos'era l'Ufficio Sviluppo, dove lei ha cominciato la sua carriera?

Era l'incubatore delle idee che poi la Rinascente, in qualche modo, avrebbe messo in pratica, sia per quanto riguardava il prodotto, il disegno degli oggetti e dei mobili, sia per il packaging e la comunicazione grafica. Mario Bellini, Roberto Orefice e io – eravamo tre amici appena laureati in architettura – facemmo una proposta all'Ufficio Sviluppo, allora diretto da Augusto Morello. E loro ci offrirono di occupare in tre, come consulenti, un unico posto di art director. Già il luogo dove lavoravamo suggeriva fascino: l'ufficio era all'ultimo piano del palazzo, quasi potevamo toccare con

mano le guglie del Duomo. Eravamo dei privilegiati, anche per il clima davvero internazionale, caso unico in quegli anni. C'erano americani, tedeschi, giapponesi, finlandesi. Una tribù sperimentale che appariva come una piccola, piccolissima Ivrea Olivettiana in Lombardia.

Le vetrine, punto di convergenza tra interno ed esterno. Illuminate in modo spettacolare, che cosa sono, architetturate? E come si sono modificate?

Non rappresentavano più solo un invito a entrare, e in quegli anni vennero cambiate in modo sorprendente. C'erano dei marchingegni, degli oggetti che, grazie all'intervento di artisti e grafici come Max Huber, Bruno Munari, Erberto Carboni e Roberto Sambonet, agivano da soli. Sambonet poi aveva curato mostre straordinarie, che promuovevano con un gusto unico l'importazione da parte di Rinascente di oggetti che nessuno allora aveva molta possibilità di vedere. Chi li sceglieva, chi veniva mandato in spedizione in Messico, India, Giappone, Stati Uniti, ci raccontava cose meravigliose. Sono ricordi che si sedimentano nel cuore di un ragazzo.

Moda, design, grafica, arred: un mondo. Che cosa le ha insegnato questa esperienza?

Alcuni dirigenti erano molto difficili. Come Augusto Morello, che ha assunto tre giovani cervellini al posto di uno perché così ci poteva dare un solo stipendio diviso per tre. Ma era talmente generoso che proprio grazie a questo posto mi sono sposato e ho trovato casa. È stata un'esperienza formativa straordinaria, perché Morello era uno dei primi studiosi

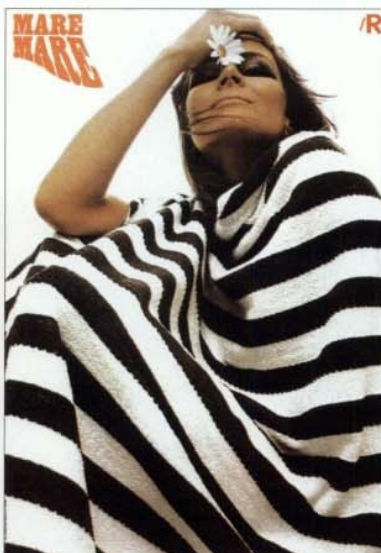
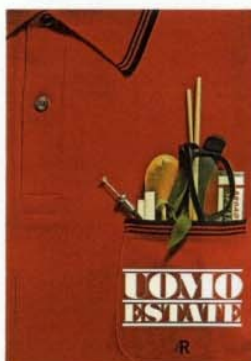
seri di Industrial Design. C'era anche un veneziano di grande gusto, Mocellin, che capiva subito l'eleganza, il colore giusto del momento, e ci ha permesso di sgrossare certe scolasticità. E poi Mario Cristiani, un architetto di grande sobrietà, gentilezza e capacità, autore di un'idea razionale e commossa di progetti di mobili e interior.

I manifesti, la grafica, l'immagine curata in tutti gli aspetti. Che importanza hanno avuto nel successo di questa formula?

I manifesti erano utilizzati esclusivamente all'interno della Rinascente, non erano manifesti d'affissione. È stata la bravura di grafici nuovi come Salvatore Gregorietti, Giancarlo Iliprandi, Max Huber – l'autore del logotipo – e Albe Steiner a definire progetti molto curati, cui collaboravano altre teste dell'Ufficio Sviluppo come Amneris Latis e Adriana Botti. La funzione del manifesto era importante, perché guidava, dava delle indicazioni al pubblico. Insieme alle copertine del giornale della Rinascente, erano il modo vero di raccontare le novità e di collegarsi ad altri mezzi di comunicazione. Poi è arrivato Bob Noorda, ma io

avevo già preso altre strade. ■

Una serie di immagini pubblicitarie della Rinascente. Qui accanto, il Manifesto "Mare Mare", foto Oliviero Toscani, design Salvatore Gregorietti, art direction Adriana Botti Monti-Archivio S. Gregorietti. Le altre immagini. Design Giancarlo Iliprandi, foto Serge Libis/Studio Iliprandi e Archivio del Moderno-Fondo G. Iliprandi. Nella pagina precedente. Foto Ballo+Ballo, design S. Gregorietti, art direction A. Botti Monti-Archivio S. Gregorietti.



UNA NOTTE *tutta* *PER ME*

Testo
ESTER VIOLA

— shopping

Escono gli ultimi clienti, si chiudono LE PORTE e nel department store più grande d'Italia tutto diventa possibile. Il racconto tra scoperte, colori e profumi di UN'AVVENTURA dentro una storia secolare che sta per diventare mostra



TUTTO quello che pensavo di sapere della vita si riduceva a poco: anche con i sogni conviene limitarsi a quelli che ti puoi permettere. Si vede che non sono un'esperta in destino, perché tra le cose che sognavo a 20 anni c'era passare una notte nel più importante negozio d'Italia. Ho trascorso una notte da sola alla Rinascente. La storia è più lunga e comincia a Londra. Era il mese di luglio del 2001, dopo gli esami della sessione estiva ero andata in Inghilterra a lavorare e a studiare la lingua. Nessuno me lo aveva chiesto. Ci avevo pensato io, visto che nella mia facoltà, Giurisprudenza,



Una delle vetrine ideate
da Albe Steiner
per la Rinascente tra il
1950 e il 1955.

a Napoli, l'inglese era considerato una finezza troppo esotica per stare nei programmi. In cambio ti davano molto latino, sapevo a memoria i papiri giuridici di Ercolano. Per farla breve, stando ai miei ingenui piani sarei tornata a casa, dopo 100 giorni oltre la Manica, con una pronuncia perfetta e molta pratica del mondo. Avevo 20 anni, chi viaggiava mi pareva una persona migliore. Il calcolo che non avevo fatto era questo: Londra d'estate è una succursale d'Italia. La mia era solo la vacanza intelligente che avevano programmato migliaia, tutti intelligenti. Abbandonata l'idea di sapere la lingua - facevo una domanda in inglese e mi rispondevano in napoletano - cominciai a guardarmi intorno. E quello che c'era intorno, in quei primi giorni, erano i saldi. La prima illuminazione si manifestò sotto forma di ambulanza. Harrods, angolo tra Hans Crescent e Brompton Road: due ragazze venivano allontanate, una san-

guinava. Il pretesto per la guerra era stata una Baguette Fendi, 35 centimetri di Swarovski lilla, a sole 350 sterline. Si erano tirate i capelli perché non conoscevano la regola dell'utilità marginale degli acquisti. Ovvero la seguente, nel caso illustrato. Costa 350 sterline? La metto 350 volte? Se la risposta è no, si lascia. Invece le due erano arrivate alle lesioni dolose in nome di un altro principio: se un oggetto lo vuole qualcun altro oltre me, vuol dire che vale qualcosa. È anche il motivo per cui i matrimo-



— shopping

ni sopravvivono meglio in caso di corna. Ma non era stato questo, l'episodio sconcertante. Due giorni dopo, stesso angolo di Knightsbridge, c'era la polizia privata intorno a una Lamborghini verde acido. Se vi siete mai chiesti perché i milionari amino comprare macchine pregiate color arcobaleno - preferenze: viola, giallo e arancione - a me diede la risposta Amir, terzogenito di sceicco che frequentava di mattina (lui più inutilmente di me) la stessa scuola per il Legal English: non perché siano amanti delle cose oscenamente vistose, ma perché i colori esaltano meglio i pregi della carrozzeria. Amir provò a snebbiarmi il cervello dal pregiudizio della sobrietà, illuminandomi la via al principio che regola l'arte contemporanea e la moda: ogni esagerazione ha almeno due punti di vista. Il bello è più bello se ti costa fatica capirlo. Torniamo alla mia storia: dalla Lamborghini verde scese una donna, avrà avuto 30 anni portati male che un rigo robusto di eyeliner e il velo nero facevano diventare di colpo 45 portati bene. L'ingresso di Harrods fu riaperto. Per lei sola. Era sera, il negozio s'illuminò di nuovo per una persona. Le cose impossibili, allora, le dividevo in due. Quelle inottenibili senza appello, per esempio il più importante negozio della città vuoto e tutto per me, e altre che a 20 anni sembravano meno inverosimili: il grande amore corrisposto. Come al solito gli dei, se hai la pazienza di volere sempre le stesse cose, ti avverano qualche desiderio. Ma tra i desideri, scelgono loro. Quindici anni dopo ho passato una notte alla Rinascente. C'eravamo soltanto io e quasi tutto quello che vorrei.

CINQUE COSE DA FARE

1. SPANX

La scelta iniziale è sempre quella stupida: pensavo di provare i vestiti. Tulle, sete istoriate, pizzo. Abiti che nessuna commessa ti consegnerebbe senza una liberatoria e una polizza per macchie fortuite. No. La prima cosa da fare è andare al reparto "Spanx". Spanx è quel congegno miracoloso che hanno inventato gli americani, una mini guaina che infila al posto dell'intimo: ti risucchia una taglia e ti dà una linea artificiale ma perfetta. Arrivi al corner e un video ti svela il segreto: perfino le più sinistramente magre girano in Spanx. C'è una successione di foto di divinità ufficiali (Beyoncé, Blake Lively, Sarah Jessica Parker) che indossano la tutina terribile. Dopodiché puoi alzarti e provarla, ti servirà un'ora in camerino e una calma di ghiaccio. Non sale, è come voler entrare in un palloncino di gomma di quelli da gonfiare. Soffri. Serve silenzio per afferrare la dimensione del sacrificio, in una Rinascente piena non ne avresti l'esatta percezione: lo Spanx sta stretto anche al manichino. È a quel punto che ti ricordi di aver letto che Kim Kardashian ne mette due, di Spanx. Uno sopra l'altro. L'attimo dopo capisci che la vita - come provano a spiegare gli scrittori - è imperfetta a ogni livello. Ognuno sogna in piccolo. Beyoncé passa senz'altro le serate a bramare un paio di forbici. Tutto il resto è Instagram.

2. PIANO -I

È l'antiveleno per tutti i pomeriggi passati all'Ikea ad avvilitarsi davanti a mobili troppo semplici e pure componibili. C'è una poltrona fatta di minuscoli peluche di fenicottero assemblati. È di un'artista importante. Non andate a vederla. Non c'è limite a quello che si può desiderare. Vi piacerà da morire e costa 8 mila euro. Non andate. Chi non vede non sa che si perde, quindi sopravvive. "Lontano dagli occhi" non vale per le persone, ma per le cose senza dubbio sì.

C'eravamo
SOLTANTO IO
e tutto quello che vorrei.

il primo PASSO
è STATO *guardare* GLI ABITI
e poi esaltarmi

con ogni
FRAGRANZA

Un altro allestimento realizzato
da Albe Steiner per una
vetrina della Rinascente nel 1951.

3. TERRAZZA

Se lo fanno tutti non vuol dire che è banale, significa che è bello. Arrivateci, anche solo a prendere un caffè. Siete di fianco alle guglie più belle del mondo. Harrods, Lafayette, Saks Fifth Avenue e le altre sorelle della Rinascente non hanno niente di simile. La vista sul duomo più spettacolare d'Italia. Ha un'altra faccia, guardato da quell'angolo esatto e da quell'altezza. Raddoppia.

4. PIANO TERRA

I profumi si dividono in due: le trovate pubblicitarie e gli altri, quelli che difficilmente ti fanno provare perché gli estratti vanno un tanto a goccia. Spruzzatevi tutte le rarità (Neroli di Portofino, Mandarino di Amalfi, Sole di Positano, Plum Japonais). Dopo il quarto, finita la superficie di braccia disponibile, sarete stordite dal lusso al punto giusto: si può passare al reparto occhiali Dolce&Gabbana. Per questa estate li hanno decorati come mosaici. Quelli in edizione limitata con due aureole di roseline in corallo rosso (2 mila euro) rischiano di piacervi moltissimo, per la stessa storia della Lamborghini colorata.



5. CASA

Lastre di sale da arroventare per arrostiti, barbecue chiusi con la ventola interna per grigliare in salotto a Milano zona 1, tazzine Barbie in toni pastello. Non c'è niente da fare, anche se nella vita avrai l'utile tendenza alla concretezza, la cosa più attraente resterà lo sfarzo. Ho visto un tegamino esoso di quattro centimetri di diametro (rame?) in cui non poteva entrare un tuorlo d'uovo. Niente è interessante quanto i misteri dei ricchi, specialmente quando mangiano.

UNA DA NON FARE

PROVARE I VESTITI PIÙ BELLI

In *Alta fedeltà* di Nick Hornby (Guanda), il protagonista, Rob, ruba la ragazza al suo migliore amico. Li vedeva felici insieme e secondo lui erano la prova vivente che in un mondo instabile e mutevole era possibile diventare adulti, o almeno meno giovani, senza cambiare relazione ogni due settimane. E dice: "Non so mica perché volessi rompergli le uova nel paniere, a quei due. Hai presente quando vedi in un negozio di vestiti tutte quelle belle magliette in pila, perfettamente ordinate e piegate per colore, e ne compri una? Poi, non appena arrivi a casa, mai che ti sembri bella come prima. E capisci, ma è troppo tardi, che sembrava bella solo lì, nel negozio". Ora che l'ho vista vuota, la Rinascente, ho deciso che non è adatta per starci da soli: è meglio il sabato pomeriggio, a Natale, quando non riesci a passare nei corridoi ma le giapponesi in fila da Vuitton ti sorridono per caso, come se avessero appena rivisto un'amica.

CENT'ANNI DI CREATIVITÀ

Non è una mostra, o meglio non è solo una mostra *IR 100. RINASCENTE. Stories of Innovation* (catalogo Skira). Dal 24 maggio al 24 settembre, aperta 7 giorni su 7 (inevitabile raccontando la storia di un department store), porta i visitatori a immergersi nell'immenso archivio multimediale che diventa un po' come la grotta di Aladino. A cura di Sandrina Bandera e dell'Associazione Memoria & Progetto, coordinata da Maria Canella e Elena Puccinelli, presenta parte delle opere, dei bozzetti e dei documenti conservati in Rinascente Archives, progetto (consultabile anche online su archives.rinascente.it) che raccoglie i lavori di artisti e designer. È la creatività che da un secolo rende magici i magazzini ribattezzati con quel nome indimenticabile da Gabriele D'Annunzio. Da lì arrivano anche le immagini che vedete in queste pagine e che saranno a Palazzo Reale di Milano, proprio di fronte alla sede principale (in Italia le altre sono a Cagliari, Firenze, Genova, Monza, Padova, Palermo, Torino e, presto, a Roma).

AMICA.it [Guarda la mostra](#)

c o s t u m e

«Il design empatico»

Livia Peraldo,
direttrice di Elle Decor Italia

“ Nel corso degli anni *Elle Decor* ha costruito una bella partnership con la *Rinascenza* grazie anche alla loro sensibilità nei confronti del design: dal Premio Compasso D'Oro a Vittorio Radice (vice presidente dal 2012, ndr) al Design Supermarket, che ha cambiato il rapporto tra prodotto e consumatore.



Livia Peraldo
in un ritratto
di Giovanni Gastel.

emozionante: la mattina alle 6 sono sempre lì a vedere la chiusura dell'allestimento per poi osservare l'impatto sui passanti! Tra le mie preferite ci sono quelle realizzate

nell'ambito di *Be Original*, iniziativa a difesa del design

d'autore: se la prima volta abbiamo ricostruito un intero appartamento (incluso garage e cantina), la seconda abbiamo dedicato ogni vetrata a uno tra i pezzi di design più copiati. Ora invece stiamo studiando delle vetrine dedicate a questa fantastica ricorrenza: 100 oggetti iconici per i 100 anni della *Rinascenza*, visibili dal 6 giugno. ”



Allestire le loro vetrine è magnifico, magico, molto

Una vetrina di Elisa Ossino Studio allestita da *Elle Decor Italia* nel 2015, in uno scatto di Andrea Garuti.

Il Duomo di Milano si riflette sulla facciata della *Rinascenza* in uno scatto del Touring Club Italiano. La mostra "IR100. *Rinascenza. Stories of Innovation*" è al Palazzo Reale di Milano dal 24 maggio al 24 settembre. In alto, a destra. La *Rinascenza* presenta le nuove collezioni donna e uomo, Catalogo, Archivio La *Rinascenza* - Comunicazione.



«Lunga vita alla creatività»

Lora Lamm, grafica responsabile della pubblicità *la Rinascenza* dal 1954 al 1958

“ La mia storia con la *Rinascenza* inizia con un grafico, Roberto Maderna, chiamato per il servizio militare: mancava così una persona che potesse fare *Cronache la Rinascenza* - UPI, una rivista mensile distribuita nei grandi magazzini. Max Huber

(l'ideatore nel 1950 di marchio e logotipo della *Rinascenza*, ndr), mi chiamò a sostituirlo e rimasi anche quando Roberto rientrò. Era un periodo fertile, perché si voleva dare una forte impronta femminile alla comunicazione. Eravamo un pool creativo di designer, architetti, stilisti, compratori: ognuno dava il proprio contributo e io avevo il compito di rendere visiva l'idea, di "manifestarla" (nel senso di renderla un manifesto!). Adesso? Vorrei ricominciare a disegnare: non più con gli acquerelli, ma con il computer. ”

Lora Lamm in uno scatto di Guido Santinelli.



Cent'anni de *la Rinascenza*, o meglio da quando Gabriele D'Annunzio ne coniò il nome. Un secolo di storia, celebrato con la mostra *IR 100. Rinascenza. Stories of Innovation*. E festeggiato da *Elle* con i ricordi di donne speciali. Milanese di nascita e d'adozione

di MICAELA R. TENACE



I cuore di Milano

«Esplorare, stando fermi»

Natalia Aspesi,
giornalista e autrice

«Me li ricordo quegli anni belli, quando si cominciò ad andare alla Rinascente non solo per comprare, ma per stupirsi, sapere, scoprire, addirittura viaggiare, almeno con la fantasia. Non si viaggiava molto in quegli anni '60, ancora il mondo era un misterioso scrigno da sognare, da immaginare. E alla Rinascente arrivava l'esotico, l'allora misterioso Oriente, l'India, gli Indios, il Giappone, il Messico, l'agognata New York, appunto il mondo: alla portata di mano, con i suoi profumi e i suoi oggetti, i suoi tessuti, le sue antichità, il suo abbigliamento tradizionale o nuovo, dai sari ai kimoni, alle magliette col Che Guevara. Arrivava il nuovo, il creativo, l'ardito, la rivelazione, la cultura, l'entusiasmo, l'avanguardia: arrivava il meglio del meglio, i grandi architetti, i grandi designer, gli artisti, i grafici, i fotografi, gli stilisti, un vento ardito e visionario di rinnovamento,

non solo merceologico ma sociale, ideologico, di immagine, che accompagnava e spesso precedeva i mutamenti del vivere, dell'arte, del pensiero. Arrivavano Tomás Maldonado e Jean Serge Libiszewski, Amneris Latis e Salvatore Gregorietti, Roberto Sambonet e Gian Carlo Ortelli, Gianni Bordoli, Max Huber, Bruno Munari: anche il vecchio Gio Ponti, anche il giovane Giorgio Armani che allora era un gran bel ragazzo elegante, timido e sconosciuto, addetto agli acquisti di abbigliamento maschile, e destinato ad apparire, nei primi anni Ottanta, sulla copertina del settimanale americano *Time*, come il massimo protagonista del molto fortunato prêt-à-porter italiano. (Brano tratto da *LR 100 - Rinascente, Stories of Innovation*, a cura di Sandrina Bandera e Maria Canella, edito da Skira).»



Natalia Aspesi.

A destra, cover di la Rinascente, periodico di pubblicità, Archivio Amneris Latis (Album Cataloghi), con una scelta di capi di Annie Rivemale e Claude Brouet, direttrice e condirettrice moda di Elle Francia.



A destra. Le Collezioni Rinascente, uno stile per ogni donna. Collezioni donna 1995-1996. Catalogo, Archivio La Rinascente - Comunicazione.

«Questione di coraggio»

Rosita Missoni,
direttore creativo Missoni Home

«La verità è che io conoscevo un po' tutti a la Rinascente – la storica buyer Alma Filippini, ma anche Louis Hidalgo, capo dell'ufficio stile moda – ben prima che io e mio marito fondassimo la Missoni, grazie all'impresa tessile delle mie famiglia: la TJ Vestor di Golasecca. Nel 1958 ci chiesero di realizzare 500 abiti in soli due modelli: aperti davanti – quindi facilmente indossabili – rivoluzionati da noi grazie a rigati in colori considerati allora di "rottura": beige, marroni, viola. La Rinascente decise di chiamarli *Milano Sympathy* e di dedicare loro una vetrina intera: manichini bendati, a mimare il gioco della mosca cieca. Emozionati, io e Ottavio andammo la notte prima a guardarla: un operaio in tuta da lavoro passò e disse in



Rosita Missoni e, a destra, uno schizzo di Brunetta per la collezione Milano Sympathy del 1958.



milanese: "Poeur tousann, per fortuna che g'han bendaa i oeucc... se se vedevann..." (Poverette, per fortuna le hanno

bendate, se si vedessero!). Fu un debutto poco incoraggiante, ma la verità è che furono venduti tutti in un lampo. Inoltre – barando un po' – accanto al marchio "Jolly" che producevamo per loro, avevamo inserito una micro etichetta a nome "Missoni"! Anna Piaggi e il suo braccio destro Anna Riva riuscirono non so come a scovarci, e da lì iniziò la nostra storia. La Rinascente non era solo un grande magazzino, era un posto da tener d'occhio per trovare cose esotiche e bellissime, accattivanti.»

«Profumo di donna»

Caroline Corbetta,
curatrice d'arte contemporanea



Caroline Corbetta, ora curatrice della personale del giovane pittore Thomas Braidà, aperta fino al 5 giugno a Palazzo Nani Bernardo alla Biennale di Venezia.

«Da quando ero una bambina, la Rinascente per me è sempre stata prima di tutto un profumo. Un'essenza inconfondibile e indefinibile, fatta del mischiarsi e ricombinarsi di fragranze; un'onda calda e avvolgente che – ancora oggi – ti accoglie appena entri e ti segue quando visiti gli

altri piani; talvolta, persino quando sei già fuori l'accorgi di essere ancora avvolta da quell'alone sensuale. La quintessenza del lusso incarnato da quell'edificio centralissimo, meta di milanesissimi pomeriggi con mia madre. Quand'ero piccola, dentro la Rinascente sognavo d'essere già grande e di poter provare tutto, di essere fatale come una donna di D'Annunzio che fu ingaggiato per ideare il nome di quel tempio raffinato e accessibile.»

c o s t u m e

«Tutta casa e lavoro»

Lorenza Luti,
direttore marketing e retail di Kartell

“La Rinascente ha sempre avuto un forte impatto emotivo nella mia vita privata e professionale. Innanzitutto per il valore che ha sempre dato al design: dal Premio Compasso D'Oro – il più antico e autorevole premio mondiale di design del

Lorenza Luti in
una foto di Tommaso
Gesualdo.



mondo – agli spazi espositivi nei quali l'azienda di famiglia ha avuto modo di rendersi visibile; ricordo anni fa per esempio una bellissima mostra di Kartell con Giò Colombo. Ora penso che sia nel massimo del suo splendore, come tutta Milano del resto, e il premio come *Best department store in the world* vinto nel 2016 credo che ne sia una conferma. L'emozione di pranzare a un palmo dalle guglie, il piano dedicato alla moda bimbi per noi mamme, sono ancora una certezza. E poi la luce magica che s'intravede dal portico verso Piazza del Duomo, al crocevia con il cinema Odeon, sono stati il corollario di pomeriggi meneghini indimenticabili. ”

«Un viaggio nel viaggio»

Osanna Visconti di Modrone,
designer

“Nell'epoca della mia vita da liceale romana ogni tanto con le mie compagne di classe organizzavamo una spedizione: saltavamo sul treno per andare alla Rinascente di Milano. Ci sembrava l'avventura più eccitante del mondo! Quando si entrava, i ritmi della capitale improvvisamente ci sembravano lenti e pigri; la nostra abitudine di andare per boutique o nelle sartorie romane diventava obsoleta e noiosa. Tutto era veloce, avanti ed elegante, le persone sembrano muoversi con maggiore efficienza e



Ritratto firmato
Giovanni Gastel.

decisione. C'era tutto quello che cercavi e anche quello che non avresti mai immaginato di trovare: lì dentro improvvisamente ti sentivi parte di una città euforica, all'avanguardia, la Milano della grande industria, dell'editoria, della moda, del design e la Rinascente era la sintesi perfetta di tutto questo. Quando tornavamo indietro ci mostravamo a vicenda i nostri acquisti, ma la cosa che aveva veramente importanza era che quel pomeriggio ci eravamo impossessate di un pezzetto di questa meravigliosa città e della sua energia. ”

«Monsieur la Rinascente»

Lina Sotis, giornalista e presidente
dell'Associazione Quartieri Tranquilli

“Per me la Rinascente è un signore, raffinato, snob, che negli anni '60 dirigeva il reparto più elegante del palazzo: lo spazio dedicato alla moda. Non tutto un piano naturalmente, solo pochi metri quadrati, per le più esigenti che non volevano privarsi del brivido del grande magazzino, ma prediligevano l'atmosfera haute couture. Non riesco a ricordarmi il nome, allora non ci si dava del tu e lo citavo come il signor “X” con le nuove conoscenti milanesi; tutte sapevano chi fosse, era una notorietà. La società femminile degli anni del boom ne andava pazzica: vendeva belle cose, con piglio elegante,

a prezzi buoni. Insomma a tutte sembrava di fare un affare e di essere moderne e democratiche. Veramente un bel brivido per le “sciure” milanesi. Ero appena arrivata da Roma, giovane sposa di un giovinotto del luogo. Mi stavo abituando agli usi e costumi della mia nuova società e per quel piccolo gruppo la Rinascente era quel volto, quel nome, quel modo di fare attento, cortese, distante, confidenziale. Del genere: “Lei è diversa da tutte”. In ogni modo per me la Rinascente è lui e mi piacerebbe tanto che qualcuno mi ricordasse il suo nome. In tanti interrogativi una sola certezza: la Rinascente in quegli anni era un magazzino molto stilé. Non a caso il vetrinista si chiamava Giorgio Armani. ”

Ritratto
di Lina Sotis.



c o s t u m e



Una pagina di *Cronache la Rinascente* - UPIIM del 1971.

«Estetica e comunicazione»

Donata Sartorio, giornalista e autrice di moda e costume

“ Da giovane per me era il luogo delle meraviglie. Ricordo un'adorabile ragazza, bellissima, colta, elegante, che ha rappresentato l'essenza della Rinascente: Adriana Botti Monti (art director ufficio pubblicità dal 1962, ndr). Ciò che lei suggeriva era sempre qualcosa che valeva la pena recuperare nel negozio. Ricordo poi Salvatore Gregoriotti, bello e “avanti”, divenuto uno dei massimi esponenti della grafica

italiana. A metà '80 ho lavorato con fotografi come Oliviero Toscani e Serge Libis, entrambi legati alla scuola grafica di Zurigo, anche loro autori di scatti indimenticabili per la Rinascente. Ho ricordi molto estetici della costruzione di una comunicazione innovativa, che sono entrati nel mio Dna di ventenne. Tutte immagini positive, eleganti, all'avanguardia (non quella sciocca, quella concreta). Ancora oggi la Rinascente è un punto di riferimento non solo da guardare, grazie anche alle sue scelte coraggiose, intelligenti, fuori dagli schemi, che spesso vanno anche al di là della sola logica del consumo. Ci entro sempre volentieri, con gioia, perché è un posto di cui mi fido. ”



Donata Sartorio.

«Profumi e balocchi»

Cecilia Bringheli, designer di CB Made in Italy



Cecilia in uno scatto del fratello Lorenzo Bringheli.

“ Essendo nata e cresciuta a Milano, la Rinascente – con il suo palazzo imponente e le vetrine sfavillanti – è sempre stata parte del mio mondo... A lei sono legati tantissimi momenti della mia infanzia e dell'adolescenza. Mi ricordo il tour nell'affollato periodo pre-natalizio,

alla ricerca della giusta ispirazione per i regali da chiedere a Babbo Natale, o la visita con mia madre a settembre per comprare l'occorrenza per il nuovo anno scolastico: diari, quaderni, matite. Poi, una volta cresciuta, la scoperta di profumi e creme al piano terra. Insomma, una moltitudine di ricordi, colori e immagini mi lega a questa icona della mia città, che amo e non smetterò mai di amare. ”

Micaela R. Tenace

«Questioni di famiglia»

Uberta Zambelletti, proprietaria del concept store Wait and See di Milano

“ Nonostante sia di famiglia meneghina, sono nata a Londra e cresciuta a Madrid e la mia infanzia è ricca di storie legate a lontani parenti. Uno dei racconti che amavo di più era quello legato alla famiglia di mia madre; il suo prozio, il senatore Giuseppe Borletti, assieme al cognato e nonno di mia madre Umberto Brustio nel 1917 rilevarono i Grandi Magazzini Italiani, con l'intento di ampliarli e aumentarne le sedi, rivolgendosi a un pubblico più vasto seppur in un'ambientazione sofisticata. Mia nonna Linda era responsabile del

reparto Antiquariato e fu modella dei cartelloni disegnati da Marcello Dudovich: alcuni arredano tuttora casa di mia madre e degli zii. Nel 1918 i magazzini s'incendiarono per un cortocircuito; durante la ricostruzione fu interpellato Gabriele D'Annunzio per coniare il nuovo nome: così diventò “la Rinascente”. Nel 2005 fui chiamata a diventare il Direttore Creativo del reparto Donna. Mi rendo conto solo ora che – nel suo piccolo – il mio store ha una filosofia non lontana da quella dei miei avi. Così è la vita! ”

Uberta Zambelletti



g i u g n o 2 0 1 7

ELLE ITALIA

IN COPERTINA

- 101 **Poteri forti** Imparare a negoziare
- 107 **Coppia** Donne che amano guardare
- 115 **Prima persona** "Mio figlio si veste di rosa"
- 118 **Oceani** Le campagne degli ecovip
- 135 **Speciale** Costumi rétro, camicie a righe e piccoli pull
- 174 **Tendenze** Athleisure, sport per tutti
- 183 **Moda** Stile riviera
- 206 **Sole** Arrivano i sun coach
- 237 **Lifestyle** Bistrot in fiore

VISTO DA ELLE

- 49 **Stili e idee** Scelti per voi dalla redazione

AGENDA

- 67 **Cultura e spettacoli**
Il meglio in anteprima

ATTUALITÀ

- 76 **La principessa Sofia**
Intervista con la regista Sofia Coppola
- 83 **Pelle Nera** La tatuatrice Kat Von D ci racconta la sua nuova linea di makeup
- 87 **Una giornata con...** Arianna Martini, presidentessa di Support Syrian Children
- 90 **Il cuore di Milano** Le donne e la Rinascente a 100 anni da quando Gabriele D'Annunzio ne conìò il nome
- 97 **La versione di Paul**
A tu per tu con Paul Andrew, nuovo design director delle scarpe Salvatore Ferragamo
- 101 **Fa' la cosa giusta**
Astuzie rivelate da esperti negoziatori internazionali
- 107 **Lo sguardo addosso**
Donne e voyeurismo
- 111 **L'ultima dea dell'amore**
Rina De Liguoro, pianista e diva del muto

Moda e accessori
stile riviera
PAG. 183

Rigati a più non
posso per costumi,
blouson e camicie
PAG. 146

Paul Andrew
e le scarpe
Ferragamo
PAG. 97



25 maggio 2017



Avviso gli abbonati di Panorama (versione cartacea e/o digitale) potranno sfogliare il nuovo **Icon** online all'indirizzo www.panorama.it/magazine o dalla app **iPanorama**.

DA MERCOLEDÌ

Leggi **Panorama** in versione digitale a solo **1,99 euro** un giorno prima dell'uscita in edicola e arricchito da tanti contenuti multimediali. Scarica l'applicazione per **iPhone** e **iPad** dall'App Store o la versione **Android** da Google Play e scegli l'abbonamento che preferisci.

**Abbonati alla versione digitale di Panorama:**

1 mese € 4,99 (risparmio 42%)
3 mesi € 11,99 (risparmio 54%)
1 anno € 49,99 (risparmio 52%)

FATTI

Andrò in pace	46
Così l'Isis perderà la guerra	54
Fanno di tutti i suoi errori un fascio	58
Putin visto da vicino: non è come lo dipingiamo	62
L'uomo che sussurra ai dittatori	64
«Da 11 anni tutti sapevano dei legami tra 'ndrangheta e Misericordia»	68
Quando i giudici difendono l'illegalità	70
Le fughe di notizie a orologeria	72
L'uomo che visse due volte	74
«Benvenuti nella patria dell'auto elettrica»	78
La Carta metropolitana per disinquinare le città	81
La Rinascente che inventò il futuro	82
Lamborghini, fast and cool	88

Futuro elettrico

La Norvegia è il maggior produttore di petrolio in Europa, ma vuole fare a meno della benzina. E grazie a forti incentivi pubblici, come spiega a **Panorama il ministro dell'Ambiente, è diventato il Paese con la più alta quota al mondo di vetture a emissioni zero: ogni dieci nuove auto vendute, tre sono elettriche. E l'obiettivo è arrivare al 50 per cento del mercato.**

**78**Per commentare [#PanoramaAutoelettrica](#)**Cent'anni di Rinascente**

Da D'Annunzio che inventò il nome agli anni del boom economico: i grandi magazzini sono stati un incubatore di eccellenze. Da lì si anticiparono i tempi e passarono architetti, designer e stilisti diventati famosi.

Per commentare
[#PanoramaRinascente](#)

82**LINK**

In mostra. Dietro le quinte	99
Massaggi con vista	100
E li chiamano Paesi Bassi	104
La chiave di tutto è conoscere	106
Il gusto di Israele	108
I supereroi (maschi) sono delle superpippe	112
Se pensate in grande, guardate in grande	116
Periscopio	118
Incipit	126

ANNIVERSARI

la Rinascente

COSÌ UN NEGOZIO

Ai tempi del boom

Una grande folla raggiunge con la scala mobile i piani dedicati allo shopping natalizio nel dicembre 1962.



INVENTÒ IL FUTURO

Da D'Annunzio che coniò il nome agli anni del boom economico: i grandi magazzini, che compiono cent'anni, sono stati un incubatore unico di eccellenze. Da lì si anticipavano i tempi e passarono architetti, designer e stilisti per diventare famosi.

ANNIVERSARI

di Antonella Matarrese

«**P**er la donna che entra ogni tanto nel grande magazzino a fare gli acquisti, la commessa rappresenta un esempio di accuratezza, di stile. Guardandola, la madre di famiglia che non si era mai accostata ai cosmetici sente il bisogno di provare a diventare più bella, ad acquistare un aspetto più alla moda. Ecco perché la commessa non può dimenticare mai di truccarsi gli occhi e di mettere il rossetto: deluderebbe troppo chi è abituato a vedere in lei un certo modello femminile». E ancora: «L'intero volto dell'Italia, il modo di vestire, di lavarsi, di truccarsi, di comportarsi, di vivere insomma, di milioni e milioni di italiani, non esce dalle ristrette conventicole dei festival della moda o dai seminari di sociologi, ma si realizza di ora in ora, di stagione in stagione, sugli ordinati e policromi banchi dei nostri

**Le prime manager**

In alto, Lora Lamm responsabile grafica pubblicitaria dal 1954 al '58. Sopra, Amneris Latis, stilista e manager dal '63 al '66, tra le prime a fiutare il talento di Giorgio Armani. Sotto, manichini nel 1959.

magazzini e delle altre unità di vendita della grande distribuzione».

Si potrebbero trascorrere ore e ore a leggere stralci dalle *Cronache della Rinascente-Upim*, uno dei primi house organ dell'editoria commerciale italiana, editato nel 1947, dopo l'esperienza del giornale aziendale del 1929 chiamato *Echi della Rinascente* che dispensava consigli di galateo ai dipendenti. C'è di tutto in quelle pagine, uno spaccato della storia d'Italia, dagli anni Trenta alla fine dei Settanta. Più dei saggi di sociologia, sono i semplici articoli di costume di penne argute come quelle di Irene Brin, di Maria Pezzi, Camilla Cederna o Elena Melik (tra l'altro prima istruttrice delle commesse per il trucco) a raccontare come un tempio dei consumi qual era la Rinascente sia stato, allo stesso tempo, una specie di università sperimentale per la formazione di gusto, sensibilità e cognizioni attraverso, non solo la proposta di prodotti, ma soprattutto grazie ai linguaggi multidisciplinari che ne hanno veicolato il desiderio.

Ora, in occasione dei 100 anni della Rinascente, nome ideato da Gabriele D'Annunzio su richiesta dell'amico Senatore Borletti, viene ricostruita la storia dei grandi magazzini, non solo come un'interessante case history commerciale ma anche, anzi soprattutto, come impresa culturale.

Il percorso a ritroso nella storia della Rinascente è stato ricostruito attraverso diversi progetti: innanzitutto, saranno allestite due mostre, una *IR 100. Rinascente Stories of innovation* a Palazzo Reale (dal 24 maggio al 24 settembre), curata da Sandrina Bandera e Maria Cenalla, l'altra *La Rinascente. 100 anni di creatività d'impresa attraverso la grafica*, a cura di Mario Piazza e Nicoletta Ossana Vadadini, al Max museo di Chiasso, nel Canton Ticino (fino al 24 settembre). Non una scelta arbitraria quest'ultima: il museo svizzero infatti è dedicato a Max Huber, l'inventore del logotipo «IR», nonché il capo della comunicazione della Rinascente, ovvero l'artefice dei giochi





Commesse da rooftop

Sorridenti e gentili, le commesse posano sul tetto della Rinascente nel 1955. Dal 1971 cominciarono ad avere una divisa disegnata dalla stilista italiana Elvira Leonardi Bouyeure in arte Biki, mentre Elena Melik le istruiva per il trucco.

tipografici, dei mix di caratteri, dei timbri cromatici e delle sovrastampe che rappresentano l'avanguardia grafica di quello che diventerà «lo stile milanese». Intuizioni nate anche attraverso il confronto con grandi designer come Bruno Munari, Lica e Albe Steiner, Roberto Sambonet, tutti parte della factory della Rinascente. Senza contare che fu sempre Hubert a selezionare, nei suoi uffici pubblicitari dove già lavoravano fotografi come Ugo Mulas, Aldo Ballo e Serge Libiszewski, il giovanissimo Oliviero Toscani.

In mostra a Chiasso anche i lavori di un'altra svizzera, Lora Lamm, illustratrice e designer grafica, ora ottantanovenne, tra le poche donne art director degli anni Cinquanta, artefice di poetiche locandine.

Accanto alle due mostre, gli altri due progetti per i 100 anni sono destinati a diventare strumento di lavoro per università e studiosi di economia e di sociologia dei consumi. È stato elaborato infatti un poderoso lavoro di ricerca, che ha portato alla realizzazione del portale Rinascente Archives dove è stato ricostruito in digitale tutto l'archivio dell'azienda attraverso una meticolosa analisi bibliografica e archivistica condotta su materiali, in

«ERA UNA FINESTRA SUL MONDO»

Giorgio Armani ha lavorato alla Rinascente dal '57 al '63. Quando immaginazione e gusto contribuivano all'emancipazione femminile.

A livello lavorativo, cosa rappresentava la Rinascente per un giovane creativo non incline ai mestieri tradizionali?

Sarò sincero: non lo sapevo. Ero in cerca di un lavoro e mi presentai con un piccolo servizio fotografico realizzato con mia sorella nel ruolo di modella, all'ufficio pubblicità della Rinascente. Credo nel destino. Le foto non erano professionali, ma in qualche modo erano piaciute alla responsabile, che mi assunse. Riuscii a terminare anche il servizio militare mantenendo il lavoro, che continuava a cambiare come stava cambiando questo grande magazzino, che prendeva ispirazione dai department store americani e inglesi.

Si potrebbe azzardare un paragone tra la Rinascente degli anni Cinquanta e un'azienda di vendite on line (tipo Yoox) come appeal per un giovane che voleva immergersi nelle novità del marketing e del retail?

È un buon paragone perché i giovani per istinto sono attirati da tutto ciò che è nuovo e non dipende da modalità di espressione e pensieri precedenti.

Come la Rinascente ha influenzato il gusto e l'estetica della città?

Negli anni Sessanta rappresentò una finestra sul mondo, perché non era soltanto un luogo di vendita, un negozio dove andare a comperare quello che serviva, ma un concetto all'avanguardia che si avvaleva della creatività di architetti, designer, pubblicitari, manager. Le grandi settimane in cui venivano presentati i prodotti migliori provenienti dagli Stati Uniti, dall'India (in basso, una foto degli anni 60) dal Giappone, Paesi ancora relativamente sconosciuti al pubblico italiano, sono stati un modo per liberare l'immaginazione e il gusto che ha contribuito all'emancipazione femminile e culturale.

Come erano le commesse della Rinascente rispetto alle altre? Più istruite, più truccate, fumavano?

Ho lavorato in Rinascente dal 1957 al 1963 e all'epoca fumare era molto diffuso. Mi ricordo che le commesse avevano un aspetto molto curato, in linea con l'immagine del department. Direi che era una specie di scuola di perfezionamento del settore e lavorare in quel luogo, anche solo per il fatto che fosse in centro, accanto al Duomo, era motivo di orgoglio.

C'erano figure femminili apicali? In che ruoli?

Ricordo l'allora responsabile dell'ufficio pubbliche relazioni, la signora Latis. Una donna straordinaria di grande influenza, dalla forte personalità e dal gusto impeccabile.

Era un luogo più istituzionale oppure all'avanguardia?

Era un luogo che rappresentava bene lo spirito di Milano, una città che ha da sempre la capacità di assimilare l'avanguardia e renderla istituzione.

Quando è stata l'ultima volta che ha fatto un giro in Rinascente?

È stato qualche tempo fa e devo dire che vi si respira sempre una grande energia.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



ANNIVERSARI

LA SCELTA DI UN NOME
«CHIARO, SEMPLICE,
OPPORTUNO»

Da sinistra, il figlio del vate Gabriellino D'Annunzio, l'imprenditore Senatore Borletti e il poeta.

Nel 1917, una cordata di commercianti e industriali del settore tessile con il supporto della Banca italiana di sconto e capitanati da Senatore Borletti, attivo nel campo della meccanica di precisione, oltre che in società del tessile, rileva le attività e le sedi della ditta Bocconi che dal 1865 era dedicata al commercio di tessuti. Fin da subito, Borletti decide di cambiare lo svalutato nome Borletti e si affida all'amico poeta-soldato Gabriele D'Annunzio che aveva già coniato diverse parole. D'Annunzio durante una missione di guerra battezza i grandi magazzini con «la Rinascente, un nome chiaro, semplice, opportuno». Un atto di coraggio che ha portato fortuna.

gran parte inediti e originali, recuperati in azienda ma anche in biblioteche locali e nazionali e da privati: house organ, video, carteggi, contratti, materiale pubblicitario, rassegna stampa e fotografie.

Un lavoro meticoloso e lungo, durato diversi anni. Per arricchire il portale, sono stati contattati tutti i protagonisti della storia di Rinascente, dirigenti, impiegati, fornitori, clienti, consulenti. Tra questi, tanti nomi noti, da Giorgio Armani al suo primo impiego da vetrinista al trio dei tre giovani architetti Mario Bellini, Roberto Orefice e Italo Lupi che dei suoi due anni passati in Rinascente, dal 1960 al 1962, ricorda: «Ancora arrossisco se penso a chi vedevo sfilare in quell'ufficio. Un cenacolo internazionale: finlandesi, giapponesi, americani e tedeschi. C'erano tutti, da Bruno Munari a Grazia Varisco, da Richard Sapper alla delicata

e poetica Lora Lamm, a Marco Zanuso, a Roberto Sambonet fino al simpatico Serge Libiszewski, detto Libis. In definitiva, in quegli anni c'erano la consapevolezza e l'orgoglio di stare ideando le regole che ancora oggi sono la grammatica del design milanese».

Alle mostre e al portale si aggiunge, come ultimo progetto, la riedizione del volume del professore di Storia dell'economia della Bocconi Franco Amatori, *Proprietà e direzioni. la Rinascente, 1917-1969* arricchito di un secondo tomo a più mani che copre l'arco cronologico 1970-2017.

Architetti, designer, vetrinisti, modiste, illustratori, fotografi, ma tra tutti c'è un nome che pur non appartenendo alla categoria dei cosiddetti creativi, tuttavia ha avuto la visione più importante di tutte, quella di coinvolgere le menti più immaginifiche in



Le mostre

A Milano, IR 100. *Rinascente stories of innovation*, Palazzo Reale (fino al 24 settembre, palazzoreale.it).

A Chiasso. *La Rinascente. 100 anni di creatività d'impresa attraverso la grafica*, Max museo (24 settembre, centroculturechiasso.ch).

circolazione in quegli anni. Si tratta di Umberto Brustio, un manager, un uomo di conto e di strategie, anche umane, nominato amministratore delegato nel 1918, subito dopo il famoso incendio del 25 dicembre che distrusse il vecchio edificio in ferro e vetro. Cognato e amico fraterno di Senatore Borletti, Brustio comprese fin da subito che la Rinascente andava rifondata partendo da un sistema di uomini e non da un solo individuo.

A lui si devono le pionieristiche attività pubblicitarie affidate al pittore Marcello Dudovich, mentre l'architetto Gio Ponti veniva coinvolto per la disposizione degli arredi. Il capitale umano era la base dalla quale partire secondo Brustio. Commesse, commessi, manager, creativi, magazzinieri: tutti dovevano sentirsi importanti e orgogliosi di appartenere a un unico grande progetto. Così, con il coinvolgimento collettivo, si gettarono le basi di un modello di vendita moderno che produsse sostanziali cambiamenti nella vita quotidiana della nascente società dei consumi, creando nuovi archetipi nel gusto e nei costumi a cominciare dall'immagine femminile e maschile per finire al diverso concetto d'abitazione. Moda e design, i pilastri del made in Italy. ■

© RIPRODUZIONE RISERVATA

«In quei primi anni Sessanta, in Rinascente, c'erano la consapevolezza e l'orgoglio di stare ideando le regole che ancora oggi sono la grammatica del design milanese» **Italo Lupi**

Cento di questi anni

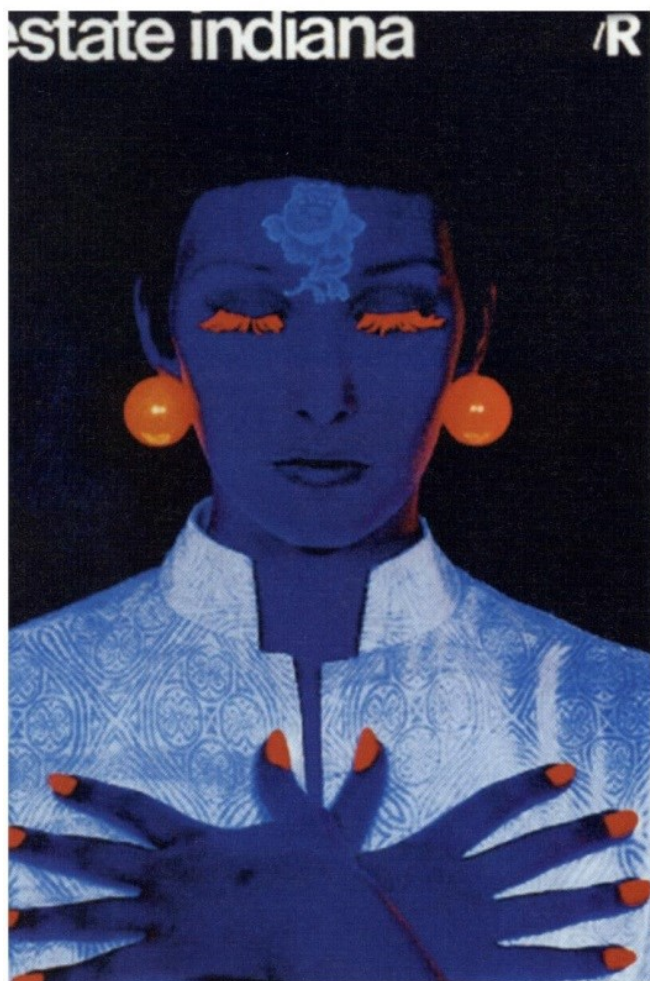


C'è una scena del film culto *Così parlò Bellavista*, in cui lo zio di Luciano De Crescenzo va a Milano dalla «signora» Rinascente, «alla Rinascente vera, non quella di Napoli», dice, perché vuole comprare un tostapane. Le commesse gli spiegano gentilmente che non c'è una «signora» Rinascente. E invece a pensarci bene, la signora Rinascente in qualche modo esiste e, nel 2017, compie cent'anni. Già dalla nascita ha avuto un battesimo d'eccezione visto che il suo nome fu ideato dal poeta e scrittore dell'epoca Gabriele D'Annunzio. L'incarico gli venne dato dal senatore Giuseppe Borletti che acquistò i magazzini Bocconi nel 1915 (nati nella seconda metà dell'Ottocento su ispirazione del parigino Le Bon Marché) e voleva un nome che simboleggiasse la rinascita. Ecco nel 1917 questo nome, simbolo di un'Italia che aveva voglia di ritrovare se stessa.



E dagli anni '20 La Rinascente diventa un luogo d'incontro per i grandi artisti. **Marcello Dudovich**, il padre della grafica italiana, di origine dalmata e medaglia d'oro all'Esposizione Universale di

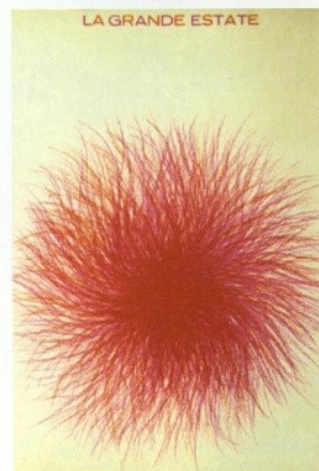
Parigi del 1900 a soli 22 anni, illustra cinque volte all'anno le collezioni del grande magazzino con immagini che raccontano una donna che sta cambiando con i tempi, più sofisticata e presente nella vita della società (in alto a sinistra e accanto). Gli anni '50 sono magici. È il momento delle mostre e di quando La Rinascente diventa un interlocutore emblematico per i designer dell'epoca. Lo svizzero **Max Huber** progetta il logo che entra nella storia d'Italia, nasce la collaborazione con la Triennale e le mostre negli Stati Uniti fino all'esposizione



L'estetica del prodotto, curata e allestita nel 1953 da Carlo Pagani (l'architetto che aveva già progettato la nuova sede di piazza Duomo) con Bruno Munari e Alberto Rosselli. Fu il passo decisivo verso l'istituzione del *Compasso d'oro*, ancora oggi il più prestigioso premio di design al mondo nato da un'idea di **Gio Ponti** e Alberto Rosselli e sostenuto dalla Rinascente fino al 1964. Il marchio lo disegnò Albe Steiner mentre l'oggetto lo stesso Rosselli e **Marco Zanuso**. Il mondo cambia e La Rinascente cambia con il mondo. Una storia che racconta Milano

e l'Italia (oggi ha 11 negozi nelle principali città della penisola). Una storia da scoprire nella mostra a cura di Sandrina Bandera e Maria Canella che inaugura il 24 maggio a Palazzo Reale a Milano, concepita e curata da OMA/AMO gli studi di architettura e design (tra i cui partner c'è l'archistar Rem Koolhaas). Nelle undici stanze si alternano design, moda, arte, grafica, un collage di contributi creativi che provengono dall'archivio de La Rinascente e che accompagnano le vicende (e i ricordi) fino a oggi. **M.F.**

A sinistra: il manifesto *Estate Indiana* firmato da Salvatore Gregorietti nel 1968; in basso, il marchio del premio *Il compasso d'oro* disegnato da Albe Steiner nel 1954; il catalogo di moda estiva del 1964 di Italo Lupi, il logo dei grandi magazzini di Max Huber nel 1950. La Rinascente ha vinto il premio Global Department Store Summit 2016 come miglior Department Store al Mondo.



ANNIVERSARIO



100 di questi giorni

La Rinascente ha un secolo di vita. Per celebrare questo compleanno, una mostra nel milanese Palazzo Reale ripercorre, con un allestimento firmato OMA, cento anni di storia di design, moda e lifestyle

di Filippo Romeo

ANNIVERSARIO

A destra, l'allestimento firmato Carlo Pagani e Bruno Munari della mostra 'L'Estetica nel Prodotto', del 1953, che porterà all'istituzione del Compasso d'Oro. Sotto, il cartellino pendente applicato ai prodotti vincitori della prima edizione del premio nel 1954. In basso, tra i progetti premiati nel corso degli anni la Lettera 22 Olivetti, seggioline K Kartell, sveglia Solari, TV Brionvega, valigie Valextra, set per la tavola Richard Ginori e macchina per cucire Necchi.



Da un'idea di Gio Ponti e Alberto Rosselli, la Rinascente istituisce, nel 1954, il Compasso d'Oro, più antico premio di design



Courtesy archivi Carlo Pagani e Ameris Lenti

ANNIVERSARIO

Un particolare della vetrina progettata da Gian Carlo Ortelli nel 1956. I display più significativi, che si sono avvicendati nell'arco di 100 anni, hanno visto la cura di nomi fra i quali Munari, Steiner, Lanzani, Mariani, Sambonet, Maldonado.

Courtesy archivio Armani Latis

ANNIVERSARIO

Nel Diorama, uno dei primi ambienti del percorso della mostra, l'archivio digitale della Rinascente è stato scomposto in una serie di categorie proiettate a parete. Per scoprire i capi d'azienda, i prodotti in vendita, le vetrine e tanti altri fattori che hanno contribuito, negli anni, all'evoluzione dello storico department store.



La mostra, raccontando attraverso parole, immagini d'archivio, video e modelli 3D la storia della Rinascente, ripercorre l'evoluzione del gusto, della società e dell'economia di Milano e dell'Italia

Sono passati 100 anni da quando, nel 1917, Gabriele D'Annunzio crea quel nome carico di significati, aspettative e valori simbolici. Si decretava la rinascita dei grandi magazzini Bocconi, distrutti da un incendio e riaperti all'insegna di un nuovo percorso: una storia fatta di capacità visionaria e passione che, dai primi del Novecento, accompagna l'evoluzione del nostro Paese a partire da Milano, motore economico dell'Italia. Un'evoluzione che è proseguita nel tempo fino agli ultimi anni che, sotto la direzione di Vittorio Radice, hanno visto affermare la Rinascente come concept di retail all'avanguardia, status confermato da Alberto Baldan prima e Pierluigi Cocchini oggi. A partire da una location unica, che può vantare una terrazza affacciata sul Duomo, e da una qualità degli spazi firmati da star del progetto: Cibic, Dordoni, Mahdavi, Studio Mumbai, Nendo, Silvestrin, Van Duysen, per citarne alcuni. Fino alla strepitosa sequenza di vetrine che catturano i visitatori proiettandoli in un mondo di emozioni. Allo studio OMA, capitanato da Rem Koolhaas, il compito di dare forma e immagine al racconto di 'IR 100. Rinascente. Stories of innovation', mostra curata da Sandrina Bandera e Maria Canella, esperte di storia del costume. "La Rinascente sin dall'inizio si è caratterizzata come il laboratorio dove sperimentare le novità che provenivano dal resto d'Europa. Il modello di vendita innovativo, derivato dalle iniziali esperienze francesi, con la merce esposta negli scaffali a prezzo fisso, non solo fu la chiave di volta di una nuova economia, ma produsse decisivi cambiamenti nella vita quotidiana della società, creando nuovi miti e archetipi nel gusto, nell'immagine maschile e femminile, stimolando la nascita dei sistemi produttivi legati alla moda e al design, pilastri fondamentali del made in Italy", spiegano le curatrici.

"La mostra è concepita come un archivio multimediale che invita il fruitore a scoprire tutte le meraviglie che contiene. Non è un viaggio lineare, ma un collage di contributi, analogici e multimediali. L'intenzione è stata quella di creare una sorta di intreccio fra la storia della Rinascente e l'evoluzione del Paese. Realizzando un allestimento costituito da ambienti molto diversi fra loro e con un'identità precisa. Quasi come se l'esposizione fosse composta da tante tipologie di racconto", ci spiega Ippolito Pestellini Laparelli, a capo del concept e del progetto espositivo firmato OMA. Attraverso un'incredibile varietà di contributi visivi, video, immagini di campagne pubblicitarie, plastici e computer grafica, i visitatori possono comprendere come la Rinascente abbia scritto capitoli importanti nella storia del costume. "In un percorso dedicato agli ambiti in cui l'azienda ha dimostrato una straordinaria capacità progettuale: La storia della Rinascente dal 1865 a oggi; Marcello Dudovich e la nascita della cartellonistica; Cinema e video; Cataloghi, house organ; La nuova comunicazione e la nuova grafica (1950-1970); Gli allestimenti e gli eventi; I nuovi costumi; Moda: la rivoluzione prêt-à-porter; Il Centro Design Rinascente; La nascita del Compasso d'Oro (1954-1964); Lo scenario futuro", spiegano le curatrici. Dunque ricerca e innovazione al primo posto, fin dalla fondazione nel 1954 del celebre premio di design, nato da un'idea di Gio Ponti e Alberto Rosselli e istituito dai grandi magazzini milanesi per mettere in evidenza la qualità dei prodotti di design italiani. Quel Compasso d'Oro donato all'ADI nel 1958 e ancora oggi la più antica onorificenza legata al progetto. —

'IR 100. Rinascente. Stories of innovation', dal 24/5 al 24/9 a Palazzo Reale, Milano, rinascente.it, palazzorealemilano.it

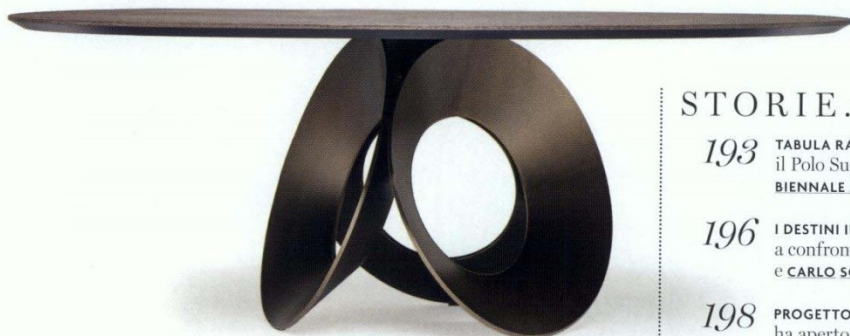
Editoriale.

Sono molte le cose che raccontano le dimore visitate da AD in questo numero. Sono nella Pianura Padana più classica, in Val d'Orcia, a Montecarlo, in Costa Azzurra, a Beirut, in Colombia: esprimono un rapporto fisico con il luogo ove sorgono, un legame di profondo radicamento, oppure di esibita estraneità. Parlando di case, **LA LOCALITÀ** è in effetti un dato mai trascurabile. I concetti di *genius loci* o, viceversa, di spiazzamento, di tradizioni o *tabula rasa*, incidono profondamente sull'atteggiamento di progettisti e utenti, ne orientano le scelte creative e le esigenze abitative, contribuiscono a dosarne gli ingredienti. Anche senza dichiararsi entrano a far parte dell'arredamento, lo predispongono, con la loro pluralità di senso, alle più disparate soluzioni stilistiche, in primis quella oggi più invalsa, la **CONTAMINAZIONE**. Sono caratteristiche distintive di cui gli interior designer di queste case hanno fatto tesoro impiegandole con ragione e sentimento. Lo si intuisce dalla sensazione di varietà che esse sprigionano. Case che, senza perdere di identità, possono cambiare, che cambiano. Antibanalì, antinoiose: ogni loro angolo narra una storia che un istante dopo è già diversa per una **NUOVA VARIAZIONE** di luce o di atmosfera, o perché vi si aggiunge (o si leva) una suppellettile evocativa, un oggetto di memoria, un mobile d'antiquariato o una creazione di design. O ancora perché vi appare un quadro, magari un affresco, o vi prende piede una scultura. O una tinta speciale. Case che si lasciano vivere come scene di una commedia mai conclusa: la vita. In questo gioco di teatralità il **COLORE** ha una valenza importante. È un agente attivo della decorazione. Blu, giallo, rosso, verde, bianco o nero, acceso o pastello, formato in figure classiche o vegetali, impronta di un sentimento allegro gli spazi in cui i progettisti lo fanno

“esibire”. Vedendolo così vitale fa venire in mente una frase del grande artista francese Yves Klein. «Per me», sosteneva, «i colori sono **ESSERI VIVENTI**, degli individui molto evoluti che si integrano con noi e con tutto il mondo. I colori sono i veri abitanti dello spazio». Presenze, insomma, introdotte ad arte per animare il paesaggio domestico. La rilevanza del colore nell'interior di oggi è stata confermata dal recente Salone del Mobile che ha visto un vero tripudio delle **TINTE PASTELLO**: una tendenza forte ribadita dal nostro **FOCUS** nel quale si inseguono mobili e complementi, dalle poltrone ai tavoli, dalle librerie ai tappeti, eredi, nella palette, del Postmodernismo ed espressioni di una progettualità scanzonata che tra le funzioni annovera l'emozione. Soggetto del **PORTFOLIO** sono invece **TAVOLI**: i modelli presentati al Salone e nel Fuorisalone dalle maggiori aziende del settore mostrano una spiccata propensione per una “linearità aumentata” che sposa semplicità e virtuosismi formali per ottenere un'eleganza sobria ma non minimale. Quanto alle **STORIE**, abbiamo puntato sull'eterogeneità come antidoto allo scontato. Si ricostruisce, per esempio, la *dynasty* dei d'Ornano, i proprietari di Sisley (cosmetici), si festeggiano i 100 anni di Ieoh Ming Pei, l'architetto della Piramide del Louvre, s'indaga il ruolo de **LA RINASCENTE** nell'evoluzione del *lifestyle* italiano da un secolo in qua. Si dà conto dell'Ettore Sottsass ceramista attraverso un nucleo di opere esposte, in dialogo serrato con l'architettura, nel negozio che Carlo Scarpa disegnò a Venezia per Olivetti. Buona lettura.

ETTORE MOCCHETTI

SOMMARIO.



PORTFOLIO.

93 **LE TAVOLE DEL DESIGN** — Una panoramica su **TAVOLI** e tavolini, elementi chiave dell'arredamento, declinati in tanti modi dai designer più originali e innovativi.



FOCUS.

105 **50 SFUMATURE PASTELLO** — Tra le tendenze emerse nella recente edizione del Salone del Mobile ci sono le gradazioni dei **COLORI** più delicati e luminosi.

STORIE.

193 **TABULA RASA** — Nel corso di un viaggio verso il Polo Sud prendono forma le opere della **BIENNALE ANTARTICA**.

196 **I DESTINI INCROCIATI** — Una mostra mette a confronto l'opera di **ETTORE SOTTsass** e **CARLO SCARPA**, maestri di stile.

198 **PROGETTO BELLEZZA** — A Parigi **SISLEY** ha aperto il suo primo spazio per i trattamenti, e non solo.

200 **HOW ARE YOU, MR. PEI?** — Compie 100 anni **IEOH MING PEI**, ideatore della Piramide del Louvre.

202 **CASA MIGLIORE, VITA MIGLIORE** — Il centenario de **LA RINASCENTE** di Milano.



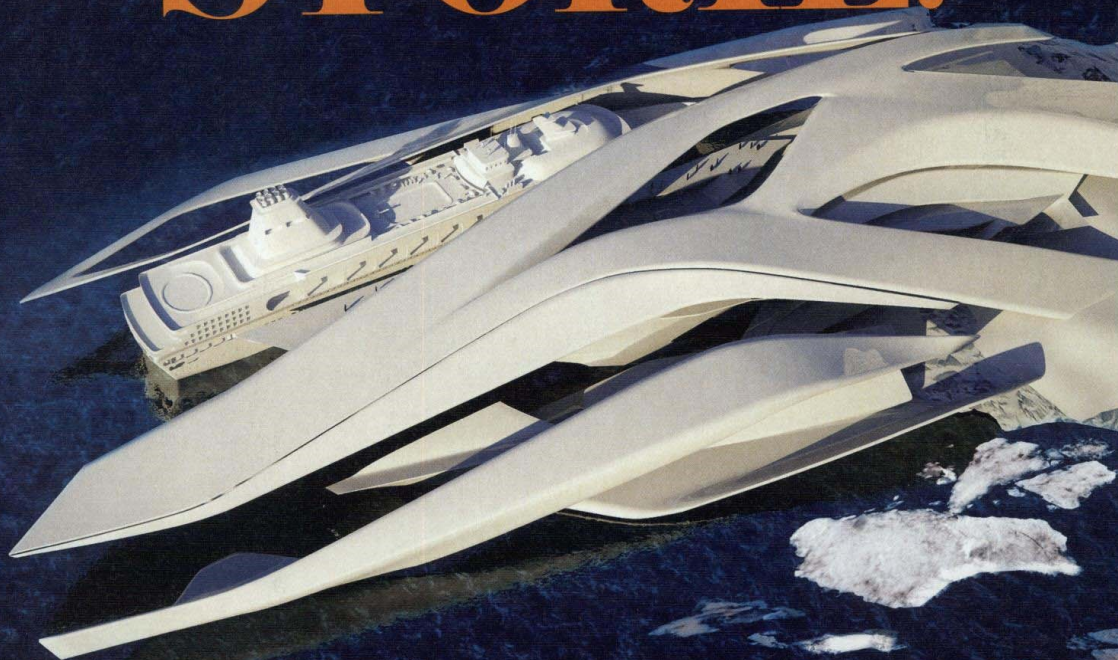
BACKSTAGE.

190 **DENTRO AD** — Curiosità, approfondimenti, novità, commenti, anteprime: cercando suggestioni e ispirazioni dietro le quinte del numero di **MAGGIO**.

IN ALTO: la sede della Rinascente di Milano.
IN ALTO, A SINISTRA: tavolo *Oracle* di Gino Carollo per Aketipo. A SINISTRA: la seduta *H-orse* di Nendo per Kartell.
QUI ACCANTO: lampada *NLC* di Next.



STORIE.



Un rendering della base navale della Biennale Antartica. Fedele al motto del capitano Nemo, Alexander Ponomarev, ideatore della manifestazione, ha concepito un evento "Mobilis in mobili".

1 ARTE BIANCA

È partita da Ushuaia, meta il Polo Sud, una nave carica di artisti che daranno vita alla prima Biennale Antartica.

2 AFFINITÀ ELETTIVE

A Venezia, una mostra colta e raffinata mette in dialogo due grandi del progetto: Carlo Scarpa ed Ettore Sottsass.

3 BELLEZZA DI CASA

La famiglia d'Ornano apre a Parigi la prima Maison Sisley: make-up, trattamenti, lounge, café e arte.

4 OLTRE LA GRANDE PIRAMIDE

L'originale sintassi architettonica di I.M. Pei, uno dei maestri dell'arte di costruire del nostro tempo.

5 GRANDE MAGAZZINO

Una mostra a Palazzo Reale a Milano festeggia i primi cento anni della Rinascenza e della nostra storia.

STORIE.

Casa migliore vita migliore

Era lo slogan che pubblicizzava gli ambienti domestici proposti da LA RINASCENTE. Che oggi compie 100 anni e li festeggia con una mostra che narra la sua storia, raccontando anche quella del gusto, dell'industria, della comunicazione e del design italiani. Proprio all'ombra del Duomo di Milano, dove tutto iniziò nel 1917.

di ELENA DALLORSO



1

La Rinascente, dal dannunziano nome che ne evocava la genesi da radici solide, ma con una proiezione al futuro (e la rinascita dopo un rogo divampato a due sole settimane dall'inaugurazione), potrebbe chiamarsi anche La Rivoluzionaria, tanto è stata, fin dal 1917, un laboratorio per le novità in arrivo dal mondo, il veicolo per un innovativo modello di vendita e la palestra per esercitare un nuovo gusto in fatto di moda, design, vita quotidiana. Dal 24 maggio (fino al 24 settembre) i primi 100 anni della Rinascente saranno celebrati nelle sale dell'Appartamento del Principe a Palazzo Reale con una mostra promossa in collaborazione con il Comune di Milano e curata dalle esperte di costume Sandrina Bandera e Maria Canella. «La Rinascente, fin dalla sua origine, è stata la punta dell'iceberg di un

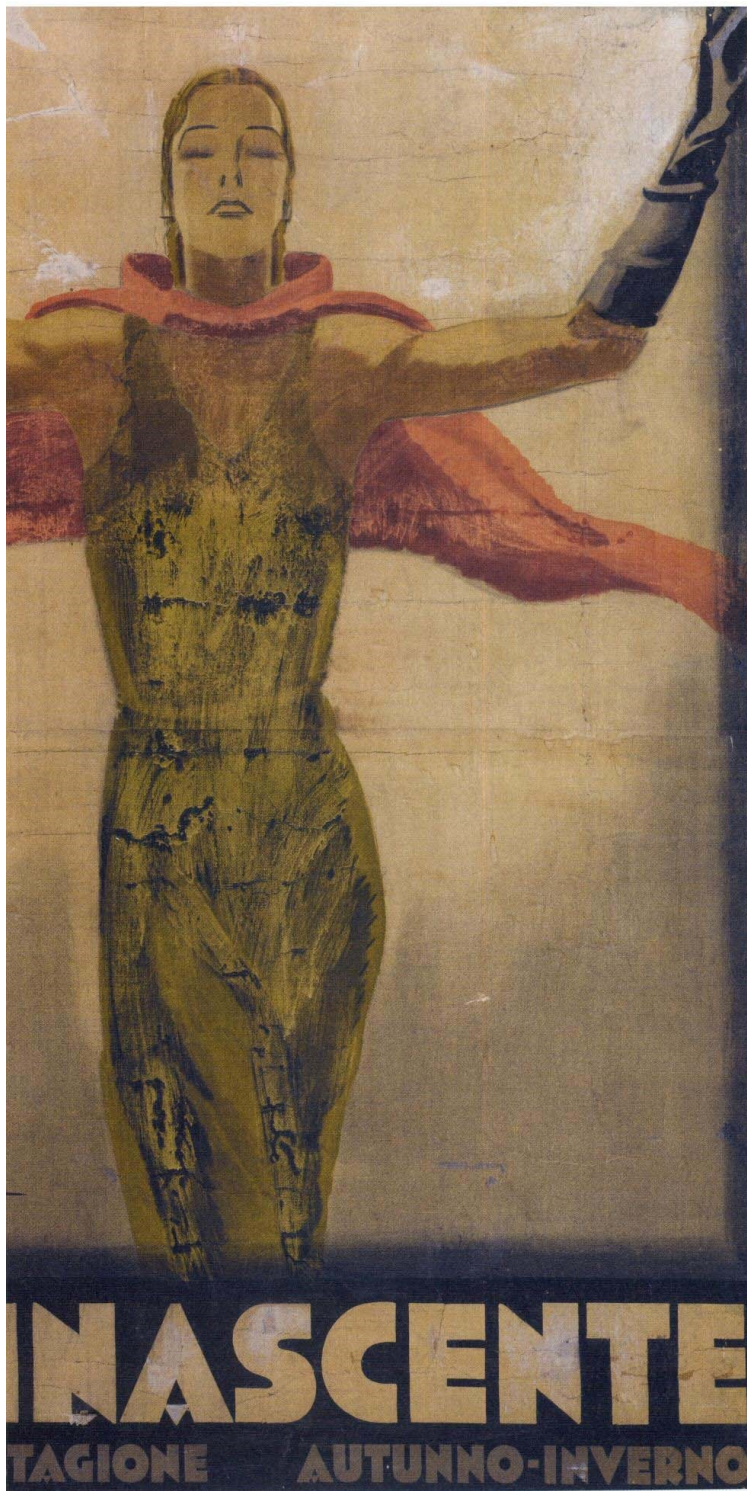
Nord Italia competitivo sulla scena internazionale», commenta Maria Canella. «È stata sì un luogo di vendita, ma è stata contemporaneamente un museo della moda e del design in continua evoluzione. E un'icona architettonica anche se all'inizio, quell'edificio con pochissime finestre proprio di fianco al Duomo suscitò scandalo: ancora oggi ogni piano del magazzino è progettato da un architetto famoso. Venivano chiamati a lavorarci giovani fotografi, architetti, grafici, illustratori che poi sarebbero diventati grandi: di qui sono passati tutti (basti pensare a Max Huber, autore del marchio, ad Albe Steiner, inventore del Compasso d'Oro, o a Roberto Sambonet), e tutti hanno imparato e cambiato il modello». Dieci le stanze, non organizzate in senso cronologico ma tematico, dove viaggiare nella storia del grande magazzino >>



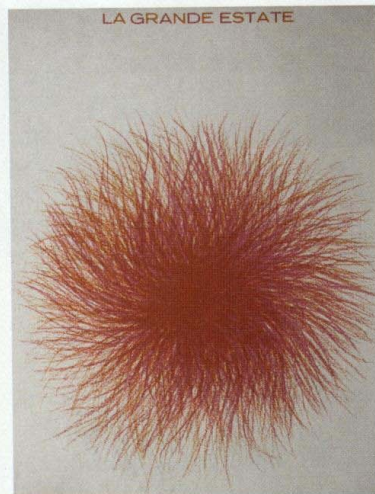
2



3

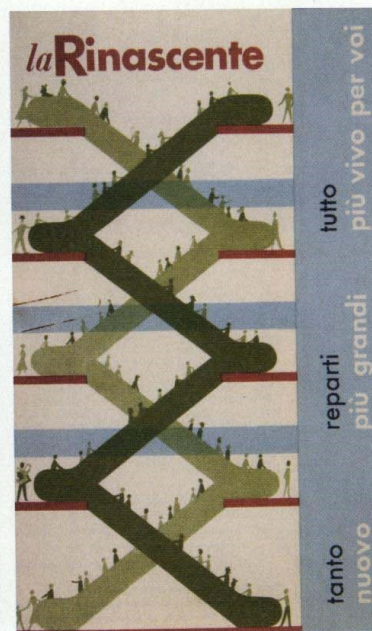


ARCHIVIO LA RINASCENTE, ANNEXIS LATIS, ARCHIVIO ITALO LUPI, ARCHIVIO TOURING CLUB ITALIANO, DARIS



4

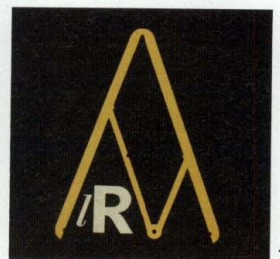
Grande magazzino. 1. La facciata della Rinascente di Milano in una foto d'epoca, con l'attuale edificio realizzato nel 1950 su progetto di Aldo Molteni e Ferdinando Reggiori. 2. Gabriele D'Annunzio. 3. Pubblicità delle novità di stagione del 1928 di Marcello Dudovich. Per la Rinascente, dal 1921 al 1956, realizzò oltre 100 manifesti. 4. Catalogo *La grande estate 1964* delle idee estive in tutta la Rinascente: moda, mare, tessuti, arredamento di campagna, profumeria per il sole. 5. Calendario vendite speciali del 1954.



5



STORIE.



LA MOSTRA

IR 100 | RINASCENTE
Stories of Innovation
 sarà a Palazzo Reale
 a Milano dal 24 maggio
 al 24 settembre 2017.
 Aperta tutti i giorni.
 Biglietto 8 euro.
 Catalogo Skira.

FU UNA SCUOLA DI GUSTO PER I CETI EMERGENTI NATI CON IL BOOM.

e in quella del costume, della comunicazione e della grande distribuzione italiani: la Rinascente dal 1865 (prima del senatore Borletti era di proprietà dei fratelli Bocconi) a oggi, Marcello Dudovich e la nascita della cartellonistica, cinema e video, cataloghi e house organ, la nuova comunicazione e la nuova grafica dagli anni Cinquanta in poi (quella che ha fatto scuola nel mondo), gli allestimenti e gli eventi, i nuovi consumi, il costume e la moda (la prima minigonna, a Milano, fu venduta qui), il centro design Rinascente, la nascita del Compasso

d'Oro (1954-1963), il futuro. Scuola di gusto per i ceti emergenti nati grazie al boom economico, la Rinascente democratizzò sì i costumi, ma tenne sempre, grazie ai talenti che diedero il loro contributo in un clima di illuminata libertà e collaborazione, un livello qualitativo molto alto. «Per questo, fin dagli anni '50, fu data un'importanza strategica alla casa, da arredare con oggetti non costosi ma di bellissimo design. Non si è mai inseguito il lusso ma la raffinatezza», dice Canella. Alla Rinascente erano (e sono) belli anche i sacchetti.

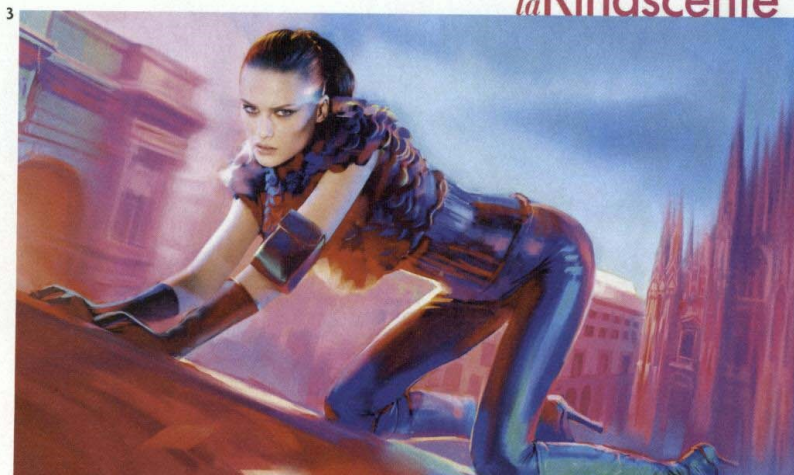
FINE

laRinascente

Moda grafica. 1. Una vetrina esterna allestita da Albe Steiner nel 1951.

2. Il premio Compasso d'Oro per l'estetica del prodotto, conferito a La Rinascente nel 1954.

3. Campagna pubblicitaria Autunno/Inverno 2008.



ARCHIVIO BRUSTO, THERRY LE GOUËS, ARCHIVIO ALBE E LUCA STEINER

73

LA RINASCENTE
UN LABORATORIO CREATIVO /
A CREATIVE LABORATORY

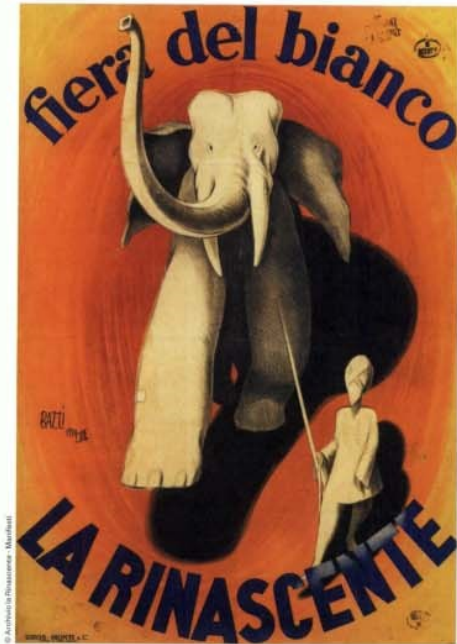


Sopra: Albe Steiner, brochure di presentazione della nuova Rinascente, con una breve descrizione di ogni piano indicante i diversi reparti e merci in vendita, 1950. Il celebre logotipo con le iniziali de La Rinascente è stato ideato dal designer svizzero Max Huber.

A sinistra: Aldo Mazza, La Rinascente ha inaugurato i suoi grandi Magazzini di Milano (Piazza del Duomo), 1921. Manifesto di apertura dopo l'incendio del 25 dicembre 1918

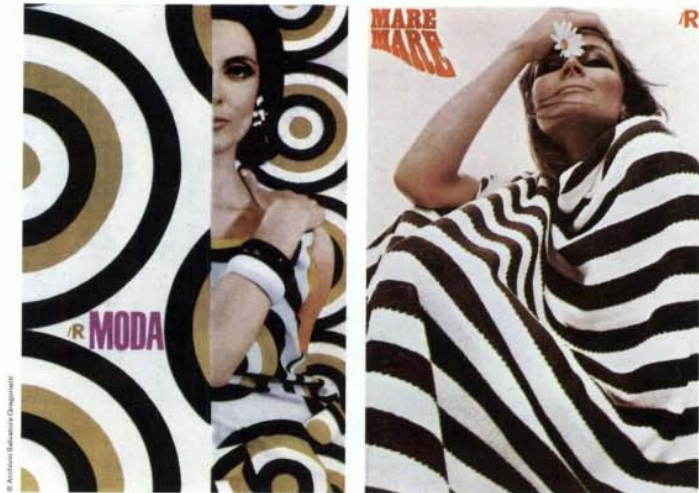
Above: presentation brochure designed by Albe Steiner for the new La Rinascente with a brief description of each floor, indicating the different departments and merchandise for sale, 1950. The famous logo with the initials of La Rinascente was designed by the Swiss graphic designer Max Huber. Left: poster by Aldo Mazza announcing the reopening of the department store at new premises on Piazza del Duomo after the fire on 25 December 1918

domus 1013 Maggio May 2017



A lato, da sinistra: i manifesti litografici di Mario Bazzi, *La Rinascente. Fiera del bianco*, 1929 e di Marcello Dudovich, *Grande vendita alla Rinascente. Tessuti di maggio. Lunesil Selenal*. Sotto: Manifesti interni moda mare per La Rinascente, progetto grafico di Salvatore Gregorietti, con le foto di Oliviero Toscani e l'art direction di Adriana Botti, 1967

From far left: lithographic poster by Mario Bazzi for the white sale in 1929; lithographic poster by Marcello Dudovich with the writing *Grande vendita alla Rinascente. Tessuti di maggio. Lunesil Selenal*. Below: Indoor fashion posters for La Rinascente with graphic design by Salvatore Gregorietti, photography by Oliviero Toscani, and art direction by Ariana Botti, 1967



domus 1013 Maggio May 2017

75

A destra: Albe Steiner, copertina del catalogo relativo al premio Compasso d'Oro, Milano, 1954
In basso: Italo Lupi, Mario Bellini, allestimento della mostra della VI edizione del Compasso d'Oro nella Sala delle Cariatidi di Palazzo Reale a Milano, 1960

Right: cover of the catalogue for the Compasso d'Oro award, Milan 1954
Below: exhibition display by Italo Lupi and Mario Bellini for the 6th Compasso d'Oro in the Sala delle Cariatidi at Palazzo Reale, Milan 1960



© Archivi Albe Steiner, ADRA - Archivio Storico Politecnico di Milano



© Courtesy of Archivi ADRA

76

domus 1013 Maggio May 2017



Da sinistra: La "Venezia di Milano" - Rifinitura con Pirelli e Anichini, Brescia



© Anichini, Brescia e Lancia



© Anichini, Brescia e Lancia

In alto: Gio Ponti, Emilio Lancia 1927, Domus Nova. Sotto il nome Domus Nova, La Rinascente volle rinnovare lo stile della casa italiana medio-borghese mettendo in vendita a prezzi vantaggiosi una serie di mobili semplici e moderni, di grande funzionalità. L'arredamento venne esposto alla III Mostra Internazionale delle Arti Decorative a Monza nel 1927. Al centro: vetrina di un nuovo piano di vendita dedicata all'Arredamento La Rinascente, 1958; vetrina dedicata alla Settimana della Vespa a la Rinascente, 1953

Top: Domus Nova project by Gio Ponti and Emilio Lancia, 1927. La Rinascente presented Domus Nova as a fresh style for the interior design of the middle-class Italian home. The formula was reasonably priced furniture with simple and modern forms plus good functionality. The furniture set was displayed at the 3rd International Exposition of the Decorative Arts in Monza in 1927. Centre: display window promoting a new furniture department at La Rinascente, 1958. Above: display window for the Settimana della Vespa ("Vespa week"), 1953

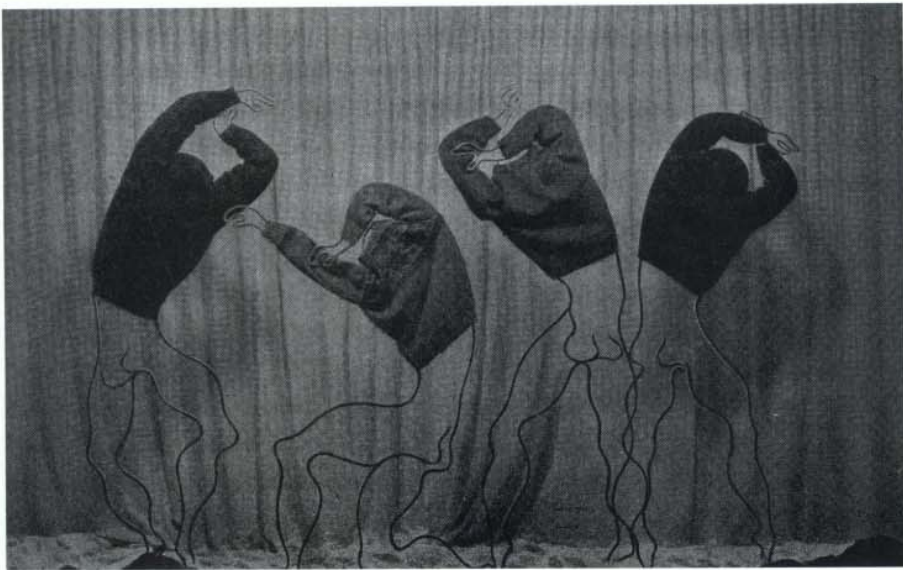
Da quando nacque (nel 1917 dalla penna immaginifica di Gabriele D'Annunzio) ad oggi, la "Rinascente" è stata uno straordinario laboratorio creativo, dove gli apporti dell'architettura dell'arte e del design (in tutte le sue forme, dalla comunicazione all'allestimento, al prodotto al packaging, ecc.) hanno guidato l'irruzione della modernità nella vita di tutti i giorni. Se per la promozione pubblicitaria degli inizi fu fondamentale l'apporto di Marcello Dudovich, presto altri nomi ne costelleranno l'universo della comunicazione popolare: Luciano Mauzan, Aldo Mazza, Giovanni Manca, Mario Bazzi, Walter Resentera. I loro manifesti raccontano i successi e le traversie dell'azienda a partire dall'inaugurazione del magazzino in piazza Duomo in seguito al terribile incendio del 1918, segnando di volta in volta l'apertura di nuovi reparti merceologici (compresa l'invitante promozione dei tessuti autarchici negli anni tra le due guerre), la felicità del consumo, lo spirito fattivo della ricostruzione nel secondo dopoguerra. E nel 1950, infatti, che la Rinascente milanese risorge nell'attuale veste, su progetto architettonico di Ferdinando Reggiori, con vetrine e interni di Carlo Pagani, sovrastati dal famoso logotipo "R" inventato da Max Huber. E' l'avvio della stagione d'oro - quella che coincide con la creazione del Compasso d'Oro, per il quale Albe Steiner disegna il celeberrimo Compasso d'Oro, il marchio del premio che ufficializza il design nel pieno dello sviluppo industriale. Nel 1955 la comunicazione diventa strutturale: viene istituito un apposito Ufficio Pubblicità, guidato da Gianni Bordoli con Amneris Latis, art director, e Lora Lamm, responsabile della grafica; nel 1960, poi, Italo Lupi, Mario Bellini e Roberto Orefice entrano nell'Ufficio Sviluppo. Si avvia un ridisegno complessivo dell'immagine dell'azienda all'insegna di una comunicazione che contempla sia obiettivi commerciali, ma anche valori culturali chiaramente trasmissibili come facevano anche la Olivetti e la Pirelli. Ma ad avviare tale organica collaborazione tra artisti, architetti e designers fu, ancora agli albori, l'affinità di pensiero (cementata da vincoli familiari e professionali) tra Gio Ponti e Senatore Borletti, proprietario di La Rinascente: l'intento di entrambi, "avvicinare l'arte alla vita", passava soprattutto attraverso la configurazione della casa, sede del nucleo familiare, base della società. E la serie di arredi Domus Nova, progettati da Ponti e Lancia per la Rinascente ed esposti alla III Biennale di Monza nel 1927, ad inaugurare il tentativo di educare il gusto borghese a un abitare moderno, raffinato e, almeno nelle intenzioni, non eccessivamente costoso. E sono le vetrine, occhi ammiccanti aperti sul pubblico, a fungere da richiamo, tanto che vennero indetti concorsi aperti ai clienti per selezionare gli allestimenti migliori: *Cronache*, la rivista interna all'azienda, riporta che nel 1948, ancora nella sede provvisoria, lo stesso Ponti partecipò con una vetrina in cui un gruppo di sciatori infilava maglioni invernali. Dal 1950, nell'attuale edificio, le vetrine disegnate da Carlo Pagani si allineano nel sottoportico a fianco dell'ingresso principale, sottolineato dal neon con la scritta "La Rinascente" di Max Huber, mentre quelle in via Santa Radegonda sono appositamente orientate verso il Duomo con l'ingresso decorato da un mosaico di Massimo Campigli, visibile anche dall'esterno. Tra gli autori degli allestimenti figura il Gotha del design e della grafica italiana: Albe Steiner, Giancarlo Iliprandi, Giancarlo Ortelli, Roberto Sambonet, Salvatore Gregorietti e Bruno Munari (cui era affidata la standardizzazione delle vetrine dell'Upim).

Ma alla Rinascente l'arte era di casa insieme alla fantasia, perché si poteva trarre ispirazione anche dal surrealismo o dal dadaismo dell'*object trouvé*, spesso praticato da Munari addirittura nell'esposizione dei casalinghi. Ma di solito prevalgono soluzioni immediate e sintetiche, sempre coordinate con i manifesti e i listini, come l'archetipo della casa disegnato per i casalinghi da Huber nel 1953; soluzioni speciali sono invece adottate per eventi o festività, come i festoni luminosi, le decorazioni e le scritte di auguri per il "Natale Idea 1956" di Iliprandi. Si tratta di un'azione sinergica ancora più evidente nelle "Grandi Manifestazioni", una serie di mostre merceologiche che permisero all'Italia del miracolo economico di conoscere le produzioni di diversi paesi, riaffermando l'intento educativo e culturale delle origini e svolgendo, almeno secondo Ortelli, un'azione divulgativa all'altezza della Triennale. Le mostre Giappone (1956), Inghilterra (1957), USA (1958), India (1959), Messico (1960), per citarne alcune, proponevano oggetti artigianali e industriali evocando le consuetudini dei paesi d'origine nell'allestimento: lanterne bianche e rosse nel sottoportico, ad esempio, carta bianca sulle pareti, tatami a pavimento nelle vetrine, limpide geometrie negli interni ricreavano l'atmosfera della casa giapponese. Obiettivo degli autori dell'esposizione (Amneris Latis art director, Huber grafico e Ortelli progettista), era la creazione di un'immagine coerente e unitaria in cui i manifesti, i cataloghi, i listini, gli inviti, perfino la carta da pacco e le buste per i regali, diventavano parti di un unico messaggio di eleganza e apparente semplicità.

Teresa Feraboli

domus 1013 Maggio May 2017

77



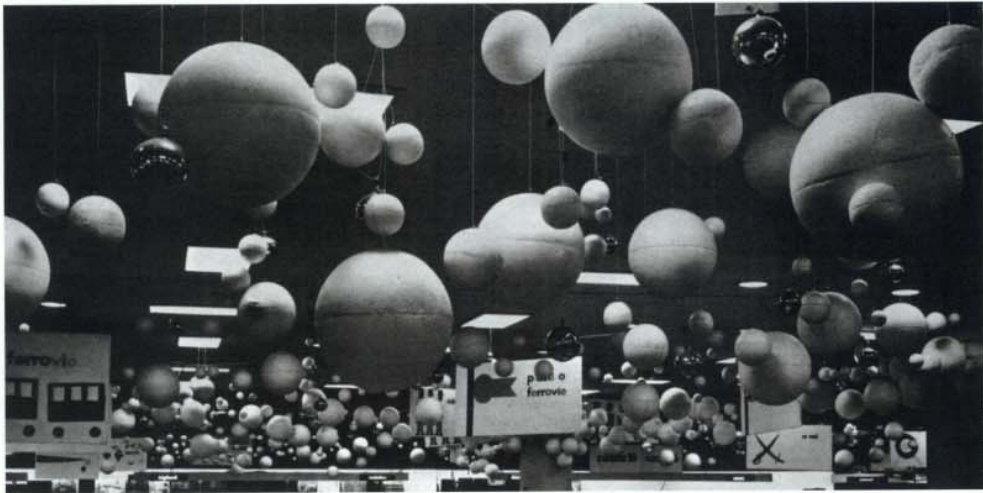
Sopra: Gio Ponti, *Vetrina per la montagna*, 3° premio, in *Cronache La Rinascente Upim*, numero 1, gennaio-marzo 1947.

Above: window by Gio Ponti for mountain clothing, third prize, published in the first issue of *Cronache La Rinascente Upim*, January-March 1947.



A sinistra: vetrina casalinghi, 1953. In basso: Giancarlo Iliprandi e Giancarlo Ortelli, *Natale Idea*, 1956

Left: housewares display, 1953. Below: Christmas decor *Natale Idea* by Giancarlo Iliprandi and Giancarlo Ortelli, 1956





Sopra: Giochi di Natale La Rinascente, progetto grafico di Salvatore Gregorietti, 1965

Above: advertisement designed by Salvatore Gregorietti for Christmas toys at La Rinascente, 1965

Since its founding, the department store La Rinascente (Gabriele D'Annunzio invented this name in 1917) has been an extraordinary creative laboratory whose offerings in the way of architecture, art and design in all its forms (advertising, displays, products, packaging, etcetera) were a beacon that led modernity into the spotlight of everyday life. In the beginning, advertising was entrusted to Marcello Dudovich, whose input was fundamental. Soon, others became part of the constellation of talents working on popular communication: Luciano Mauzan, Aldo Mazza, Giovanni Manca, Mario Bazzi and Walter Resentera. Their posters tell the story of the company's successes and hardships, starting with the inauguration of the rebuilt store on Piazza del Duomo in Milan after a terrible fire had burned it down in 1918. Alternately, the ads announce the opening of new departments (including an appealing promotion of autarchic fabrics in the years between the two wars), the felicity of shopping, and the hard-working spirit of reconstruction after World War II. In 1950, the Milan premises of La Rinascente were erected as we know them now, built to a design by the architect Ferdinando Reggiori, with the display windows and interiors by Carlo Pagani. All was branded with the famous **RI** logo by Max Huber. It was the start of a golden age, one that included the invention of the Compasso d'Oro award, for which Albe Steiner designed the famous golden compass as the emblem of the prize that officialised design at the height of the industrial boom. In 1955, advertising became its own department led by Gianni Bordoli with Amneris Latis as the art director and Lora Lamm as head of graphic design. In 1960, Italo Lupi, Mario Bellini and Roberto Orefice became members of the development department. The entire image of the department store was overhauled to reflect a type of communication with commercial aims but also cultural values that were easily transmitted, like Olivetti and Pirelli were already doing. The launch of this organic collaboration between artists, architects and designers was based on the affinity of thinking (cemented by familial and professional ties) between Gio Ponti and the store's owner, Senatore Borletti. The intention they both had, "to bring art closer to life", was substantiated especially in the configuration of the home seen as the centre of the family unit, the basis of society.

The furniture unit Domus Nova, designed by Ponti and Emilio Lancia for La Rinascente and shown at the third Biennale di Monza in 1927, inaugurated the store's attempt to educate the bourgeois in a taste for a refined type of modern living that (at least in intention) was not excessively costly. The windows became the store's entrancing eyes open to the public. Competitions were organised in which customers could vote for their favourite display.

The company's in-house magazine *Cronache* reports that in 1948, when the store was located in temporary premises, Ponti designed a window in which a group of skiers was donning winter sweaters. From 1950, in today's building, the windows by Carlo Pagani were aligned under the portico next to the main entrance, illuminated by "La Rinascente" written in neon by Max Huber. The windows along Via Santa Radegonda were expressly oriented toward the Duomo, the entrance there decorated with a mosaic by Massimo Campigli and visible from the outside. The displays were designed by the elite of Italian design and graphics: Albe Steiner, Giancarlo Iliprandi, Giancarlo Ortelli, Roberto Sambonet, Salvatore Gregorietti and Bruno Munari – the latter was entrusted with standardising the windows of the Upim department store. Art and imagination were typical features at La Rinascente, where inspiration was even found in surrealism and Dadaism with its *objets-trouvés*, an art form often practiced by Munari in the exposition of housewares. But mostly, immediate and concise solutions prevailed, always coordinated with posters and catalogues, such as the archetype of a house designed for household products by Huber in 1953. Special solutions were adopted for events and festivities, such as the luminous festoons, decorations and signs with holiday wishes designed by Iliprandi for "Natale Idea 1956". The synergetic action was even more evident in the "Grandi Manifestazioni", a series of exhibitions of merchandise held during the years of the *miracolo economico* to familiarise Italians with products from different countries. The displays confirmed the store's original educational and cultural intent, and according to the architect Giancarlo Ortelli, these events were of the same calibre as the Triennale di Milano in the quality of their divulgance.

They included Japan (1956), England (1957), USA (1958), India (1959) and Mexico (1960), each showing handicrafts and industrially produced objects in a setting that reflected typifications of the respective countries. The atmosphere of a Japanese house, for example, was evoked by white and red lanterns hung under the portico, white paper on the walls, tatami mats on the floors of the display windows and crisp geometric motifs for the interiors. The objective of the display's creators (Amneris Latis as art director; Huber for graphic design; and Ortelli for interior design) was to build a coherent and unitary image in which the posters, catalogues, brochures, invitations, wrapping paper and gift cards were part of one single message of elegance and apparent simplicity.

domus 1013 Maggio May 2017

79

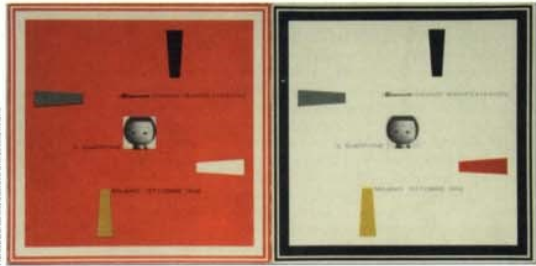
In questa pagina, in senso orario: "Grandi Manifestazioni, Il Giappone", con gli allestimenti di Gian Carlo Ortelli, l'art direction di Amneris Latis e la grafica di Max Huber; composizione dei pannelli illustrativi; pieghevole della mostra su progetto grafico di Lora Lamm, 1956

Clockwise from top: one the Grandi Manifestazioni (big displays) was themed on Japan, with displays by Gian Carlo Ortelli, art direction by Amneris Latis and graphic design by Max Huber; composing the illustrational panels; folder for the display with graphics by Lora Lamm, 1956



© ALESSANDRO ARMENTI LATTI

© Oreste Rinaldi e della Stampa
Anfiteatro, Cuneo (Torino), Milano



© ALESSANDRO ARMENTI LATTI

CHECK MOSTRA

DI ALBERTO BRIGIDINI



Il secolo della rinascita

La Rinascente celebra 100 anni con una mostra che racconta **L'EVOLUZIONE DEL GUSTO E DEI CONSUMI**. A Milano dal 24 maggio al 24 settembre.

SETTEMBRE 1917, mentre il periodo buio della Grande Guerra stava per volgere al termine, a Milano un gruppo di imprenditori rilevava i grandi magazzini Bocconi, fondati nel 1865, con l'idea di cavalcare la diffusa volontà di un ritorno alla normalità, a partire dal rilancio dei consumi. Ma per un'impresa del genere ci voleva un nome adeguato. E chi meglio di Gabriele D'Annunzio, allora popolarissimo, poteva trovarlo? Nasceva così la Rinascente, fucina di sperimentazione di inedite modalità di vendita e di comunicazione che avrebbero portato a importanti cambiamenti economici e sociali. A raccontare un secolo dei grandi magazzini, dal 24 maggio al 24 settembre andrà in scena a Milano, nelle sale di Palazzo Reale, la mostra *La Rinascente 100 anni (1917-2017)*. «Lungi dall'essere puramente celebrativo, il percorso espositivo testimonia il forte impatto innovativo di cui il grande magazzino è stato portatore, dai modelli di consumo proposti all'innalzamento del comune senso estetico, fino all'effettivo contributo all'affermazione del made in Italy» dice Maria Canella, che ha curato



In alto, catalogo primavera-estate 1925; cronache la Rinascente Upim Milano, 1960. Sopra, calendario vendite speciali e depliant informativo, 1954.

la mostra con Sandrina Bandera. Fondamentale tassello di tale rinascita è stato il rapporto privilegiato che la Rinascente ha sempre avuto con designer, architetti e artisti, i cui oggetti, arredi, capi di moda, potevano essere ammirati e acquistati per la prima volta a prezzi competitivi. Proprio la «democratizzazione» di beni sino ad allora accessibili solo a determinati ceti sociali, rappresenta uno dei traguardi raggiunti dai grandi magazzini di piazza del Duomo.

LA MOSTRA, nell'allestimento dello studio OMA di Rem Koolhaas, non sarà una semplice esposizione di cimeli, ma un tour ricco di suggestioni che condurrà il visitatore attraverso le diverse fasi in cui la Rinascente ha dimostrato la sua capacità innovativa e progettuale: le origini e i magazzini Bocconi (1865-1917); Marcello Dudovich e la nascita della cartellonistica; cinema e video; cataloghi, house organ, *L'Eco della Stampa*; la nuova comunicazione e la nuova grafica (1950-1970); la nascita del Compasso d'oro (1954-1964); gli eventi Rinascente; i nuovi consumi; moda: la rivoluzione prêt-à-porter; lo scenario del futuro.

100 ANNI di abitudine

Per chi è a Milano è un appuntamento fisso fare un giro alla Rinascente. E un obbligo mettersi in fila quando ci sono i saldi. Soprattutto passarci davanti e fermarsi a guardare (ora anche a fotografare) le sue stupefacenti vetrine (non dimentichiamoci che proprio da queste vetrine prese il volo Giorgio Armani). Il grande magazzino più famoso della città, o meglio il suo nome, compie cent'anni. In realtà c'era già da tempo e si chiamava magazzini Bocconi, ma nel 1917 rinacque con un nome nuovo scelto da Gabriele D'Annunzio, la Rinascente, appunto. Per i milanesi fu una delle porte aperte sul mondo e sul futuro. Come spiegano benissimo due grandi mostre: *IR 100, Stories of Innovation* (dal 24 maggio al 24 settembre, Milano, Palazzo Reale) che ne racconta la storia, la rivoluzione dell'immagine e del modo di comunicare e vendere, e *la Rinascente. 100 anni di creatività d'impresa attraverso la grafica* (Centro Culturale Chiasso, dal 20 maggio al 24 settembre), che ne esalta l'immagine pubblicitaria firmata da grandissimi come l'illustratore Dudovich, il grafico Max Huber o il fotografo Oliviero Toscani. **Michela Gattermayer**

Consigli di moda
Sopra, a Milano, 1955 (Catalogo Archivio Latis). In alto a destra e sotto, a Chiasso, 1954 (Max Huber) e 1940 (Marcello Dudovich, collezione Rossella Villani).

Idee creative
A Chiasso: a sinistra, Natale 1964 (Serge Libiszewski); sotto, articoli per la pesca, 1951 (Max Huber); a destra, 1969 (Serge Libiszewski).

mare grande mare

RINASCENTE
NOVITÀ DI STAGIONE

articoli per la pesca

la Rinascente
Milano - piazza del Duomo

LA GAZZETTA DI MC 06

HAPPY BIRTHDAY TO YOU

RULLO DI TAMBURI: LA RINASCENTE, IL TEMPIO DELLO SHOPPING, CHE DEVE IL SUO NOME A GABRIELE D'ANNUNZIO, COMPIE UN SECOLO. E FESTEGGIA IL LIETO EVENTO CON DUE MOSTRE. LA RINASCENTE 100 ANNI (1917-2017), UN'ESPOSIZIONE CHE NE CELEBRA LA STORIA E L'IMPATTO INNOVATIVO (MILANO, PALAZZO REALE, FINO AL 24/9). E *OBJETS TROUVÉS*- ARCHIVI PER UN GRANDE MAGAZZINO: UN PERCORSO CHE UNISCE GRAFICA, DESIGN, FOTOGRAFIA E MODA (ABBZIA DI VALSERENA, PARMA, FINO AL 30/10).



A ME GLI OCCHI METTERSI COMODI, SENZA SCOCCIATURE, E GUSTARE LA GRANDE BELLEZZA DI TIMELESS ICONS, IL LIBRO PUBBLICATO DA ELECTA IN COLLABORAZIONE CON TOD'S. PIÙ DI 100 SCATTI D'AUTORE CHE IMMORTALANO I MITI SENZA TEMPO CHE CI HANNO MARCHIATO L'IMMAGINARIO: DA LAUREN HUTTON (QUI ACCANTO) A JANE BIRKIN, DA MARISA BERENSON A BIANCA JAGGER, DA JAMES FRANCO A COLIN FIRTH, JARED LETO, PAUL NEWMAN... LEZIONI SI STILE TUTTE DA SFOGLIARE.

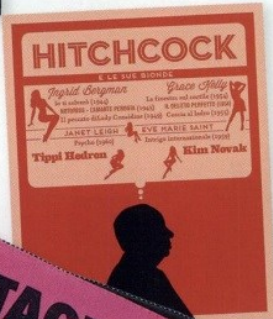


IN BREVE, LA SETTIMANA ARTE

Tutto quello che c'è da sapere sul cinema - a partire dai fratelli Lumière - in forma di sintesi grafica. *Cinemology* (Fausto Lupetti Editore) di Matteo Civaschi, autore di *Shortology*, e Matteo Pavesi (Cineteca Milano), è un bignami visivo (sotto, tutte le bionde di Hitchcock) perfetto per cinefili e non. P.s. Il libro è anche in mostra nel foyer dello Spazio Oberdan (Milano, fino al 25/6).



1,2,3... STELLA! PRATICAMENTE SONO I NUOVI POIS. LE STELLINE INVADONO IL MONDO E IL BRAND SANDRO (SANDRO-PARIS.COM) HA APPENA LANCIATO LA SUA COLLEZIONE DI ACCESSORI PLANETARI. COME QUESTI SANDALI CON TACCO STELLATO PER PULSARE (SENZA CADERE, EH).



THE ADVANTAGES OF BEING A WOMAN ARTIST:

Working without the pressure of success
Not having to be in shows with men
Knowing an escape from the art world is only a phone call away
Being reassured that whatever kind of art you make it will be labeled feminine
Not being stuck in a tedious teaching position
Having the opportunity to choose between career and motherhood
Not having to choose on those big nights or paint in Italian silk
Having more time to work when your muse dumps you for someone younger
Being invited to undergo the embarrassment of being called a genius
Getting your picture in the art magazine wearing a gorilla suit

GUERRILLA GIRLS

RIOT BAG

IL FEMMINISMO MILITANTE IN UNA CLUTCH: "THE ADVANTAGES OF BEING A WOMAN ARTIST". UN MANIFESTO CHE LE GUERRILLA GIRLS (IL COLLETTIVO DI ARTISTE ANONIME CON MASCHERE DA GORILLA CHE LOTTA CONTRO DISCRIMINAZIONE E CORRUZIONE) OFFRONO A CHIUNQUE VOGLIA SOSTENERNE LA MISSIONE. IN COLLABORAZIONE CON THIRD DRAWER DOWN STUDIO (THIRDDRAWERDOWN.COM). D. LUCCHI

CULTURE CLUB

WUNDERKAMMER

LE MERAVIGLIE DEI GRANDI MAGAZZINI

DUE MOSTRE RACCONTANO LA RINASCENTE, NEL CENTENARIO
DEL SUO NOME. TRA PROGETTO E INNOVAZIONE.



Un contenitore. Di merci, di idee, di presente e di futuro. Il grande magazzino è tutto questo. Quasi una Wunderkammer della modernità, che però consente a tutti di comprare le meraviglie esposte. Si rimodula continuamente, riformula gli spazi e l'offerta dei prodotti, si inventa un modo per farsi conoscere e promuovere nuove creazioni. Tutto questo combacia con l'archivio Csac di Parma che in occasione di *Fotografia Europea 2017* organizza *Objets Trouvés - Archivi per un grande magazzino* (fino al 30/10), una mostra che racconta quel mondo, con un occhio dedicato alla Rinascente. Il nome compie 100 anni da quando Gabriele D'Annunzio lo propose al senatore Borletti per rilanciare i magazzini Bocconi. E un'altra esposizione ne narra la storia, *la Rinascente*, a Palazzo Reale di Milano, fino al 24/9. M.D.P.

Qui sopra, le copertine di due pubblicazioni della Rinascente dedicate alla moda maschile in mostra allo Csac (csacparma.it).

Visioni

TUBO CATODICO

Schermi rétro

UNA MOSTRA RACCONTA LA TV DEGLI
ANNI 70. TRA MITO E REALTÀ.



Guardare la televisione è un'arte. Almeno secondo Francesco Vezzoli che racconta la Tv italiana degli anni 70 in un progetto visivo, tra esperienze individuali e mitologie collettive. Procedendo per associazioni di idee visive e semantiche, l'artista si muove tra il materiale dell'archivio delle Teche Rai, quadri, sculture e installazioni per parlare del rapporto della Tv con l'arte, la politica e l'intrattenimento. Così si (ri)scopre che quella televisione era fortemente identitaria e dedita a rendere popolare la cultura, fino a giungere, invece, all'edonismo del decennio successivo. De Chirico, Schifano, Boetti, Bertolucci, Carri, Fioroni e altri artisti accompagnano lo sguardo fino alle trasmissioni televisive del decennio, riviste da Vezzoli. *TV 70: Francesco Vezzoli guarda la Rai*, Fondazione Prada, Milano, fino al 24/9. S.R.



In alto, *Applausi* di Gianni Pettina e, qui sopra, *Poesaggio Tv* di Mario Schifano.

TORINO

DI PAGINA IN PAGINA

Più di mille case editrici per il **Salone internazionale del libro**. Da non perdere la sezione *Another side of America*, per scoprire l'anima segreta degli Usa, e *Solo noi stesse*, sulle donne che stanno cambiando il mondo. Torino, **Lingotto Fiere**, fino al 22 maggio. salonelibro.it

IN ONDA

RICORDANDO CAPACI

A 25 anni dalle stragi di Capaci e via D'Amelio, la Rai ricorda **Falcone e Borsellino**, martedì 23 dalle 20.30 su RaiUno, con una serata condotta da Fabio Fazio, Pif e Roberto Saviano, in diretta da Palermo e dai luoghi simbolo della lotta alla mafia.



ROMA

SCHERMI BULGARI

Un omaggio a Kristina Grozeva e Petar Valchanov, con i film *The Lesson e Glory*; l'anteprima di *Shosha* (Scimmia) di Dimitar Kotsev; *Un ponte verso Christo*, documentario di Evgenia Atanasova. Tutto alla **Festa del cinema bulgaro**. Roma, Casa del cinema, dal 25 al 28 maggio. festacinemabulgaro.com



MILANO-CHIASSO-PARMA

Ai grandi magazzini

Buon compleanno, Rinascente

Cento anni fa iniziava la storia della Rinascente, che deve il suo nome a Gabriele D'Annunzio (lo inventò su richiesta del senatore Giuseppe Cesare Borletti che, nel 1917, acquistò, per rilanciarli, gli allora Magazzini Bocconi). Un nome e un luogo che sono stati (e sono) indissolubilmente legati a Milano. **IR 100. Rinascente. Stories of Innovation** è una grande mostra che ne ricostruisce l'influenza da diversi punti di vista, riconoscendo la sua posizione di primo piano nella modernizzazione del costume, dei modelli di consumo e della vita sociale della città. L'esposizione ripercorre la vicenda dei magazzini fondati nel 1865, il loro ruolo nell'evoluzione della cartellonistica attraverso i lavori di Marcello Dudovich, gli allestimenti, la rivoluzione del prêt-à-porter, il ruolo del Centro Design Rinascente, la nascita del Compasso d'oro. Milano, **Palazzo Reale**, dal 24 maggio al 24 settembre. palazzorealemilano.it. L'anniversario è celebrato anche da **La Rinascente. 100 anni di creatività d'impresa attraverso la grafica**, con oltre 500 manifesti, locandine, cartoline. Chiasso (Svizzera), **M.a.x.museo**, dal 25 maggio al 24 settembre. centroculturalechiasso.ch. E da **Objets trouvés-Archivi per un grande magazzino**, con foto, oggetti, pubblicità. Parma, **Csac Abbazia di Valserena**, fino al 30 ottobre. csacparma.it

CASERTA

L'ALTRA VOCE DEI FIORI

L'idea di Sasha Vinci e Maria Grazia Galesi, curatori di **La terra dei fiori**, è di «indagare le dinamiche di identità attraverso luoghi dimenticati e spazi segnati da abbandono, trascuratezza, morte civile». Per riuscirci, hanno fatto ricorso a grandi immagini fotografiche di cui sono loro stessi protagonisti. A volte, sono celati sotto un sottile drappo di tessuto su cui sono stati cuciti migliaia di fiori colorati. Altre volte, appaiono con il viso nascosto dietro una maschera, sempre floreale, che rimanda ai celebri quadri di Arcimboldo. Il 20 maggio, giorno di apertura della mostra, i due artisti si esibiscono in una performance - che parte dai giardini della settecentesca Reggia e attraversa il celebre porticato progettato da Luigi Vanvitelli - in cui sfilano insieme con un cavallo purosangue avvolti in un manto floreale. **Reggia di Caserta**, fino al 30 giugno. reggiadicaserta.beniculturali.it





LA RINASCENTE È EVERGREEN

Era il 1917 quando Senatore (sì, è il nome di battesimo) Borletti chiese a Gabriele D'Annunzio di inventare un nuovo nome per i Grandi Magazzini Bocconi, la struttura che il politico aveva rilevato nel pieno centro di Milano.

L'idea era trasformare l'emporio nell'emblema della rinascita economica della nazione, e dunque la scelta del poeta ricadde su "la Rinascente", un nome che incarnava bene tale funzione.

Il successo fu immediato anche perché la sua organizzazione, modellata sull'esempio francese, era rivoluzionaria per l'Italia: le centinaia di prodotti esposti lungo gli scaffali con il prezzo bene in vista non avevano precedenti, e il sistema divenne presto esempio del modo di vivere contemporaneo, trasformando la Rinascente in un simbolo di lusso e modernità.

Ora, in occasione dei primi cento anni di attività, il Comune di Milano rende omaggio ai grandi magazzini con una mostra a Palazzo Reale: *IR 100. Rinascente. Stories of Innovation*, aperta al pubblico dal 24 maggio al 24 settembre.

Il percorso, curato da Sandrina Bandera e Maria Canella e progettato dallo studio OMA/AMO, si prefigge di raccontare il ruolo della Rinascente negli anni, usando anche filmati d'epoca e diverse opere d'arte contemporanea - da Mimmo Rotella a Lucio Fontana - così da contestualizzarne al meglio vicende e innovazioni. **Serena Tibaldi**

MAMME, DOPO LA TEMPESTA

Un'intuizione: "addormentare" le ovaie delle giovani donne colpite da cancro al seno, per proteggerle dalla chemio. E poi farle risvegliare di Daniela Condorelli

OGNI ANNO SONO circa 3mila le donne under 40 colpite da un tumore al seno. Tremila donne che potrebbero volere un figlio dopo le cure. Ma che entrano in menopausa precoce dopo la chemio. Come preservare la fertilità?

È importantissimo incontrare sulla propria strada un medico che ci pensi per tempo, e spieghi come tutelarla. Come riuscirci è uno degli obiettivi dell'Associazione italiana ricerca sul cancro, che in questi giorni ci aspetta nelle piazze per raccogliere fondi e sostenere la ricerca.

Lucia Del Mastro, oncologa responsabile della Struttura di sviluppo terapie innovative dell'ospedale San Martino di Genova, ha raccolto la sfida oltre dieci anni fa, dopo essersi imbattuta in donne colpite da tumore sempre più giovani.

L'intuizione è stata quella di "addormentare" le ovaie durante la tempesta delle cure, per poi portarle al risveglio quando le acque si sono calmate. Perché la chemio uccide le cellule che si riproducono più rapidamente: quelle tumorali, ma anche quelle riproduttive. Del Mastro e il suo team hanno provato a ricorrere a farmaci protettivi del tessuto ovarico. Spiega la ricercatrice: «La percentuale di donne curate per tumore che va incontro a menopausa precoce si riduce drasticamente se si mettono a riposo le ovaie durante la chemioterapia». La tecnica, pubblicata sul *Journal of American Medical Association*, è semplice: il farmaco LHRH analogo, iniettato per via intramuscolare ogni quattro settimane, blocca la produzione degli estrogeni che stimolano l'ovaio a produrre ovociti. (segue a pag. 28)

NEWS

LA PAROLA

Dubai

Ai tempi del primo Mac, che offriva una gamma immensa di caratteri tipografici, Steve Jobs volle anche il Chicago e il Toronto, dalle sue città preferite. Adesso gli Emirati Arabi hanno voluto il Dubai (Microsoft lo ha creato per Office365), nuovo font nazionale lanciato dai tweet dello sceicco Hamdan.

Una mossa marketing della mecca del XXI secolo, tra hotel più alti del mondo, lusso e calciatori in pensione. C'è un problema. Associazioni per i diritti umani tipo *Human Right Watch* e stampa internazionale sono sbottati: può un posto dove la censura impazza e non c'è un'istituzione eletta democraticamente, lanciare un font con lo slogan «perché l'espressione non conosce limiti...»? E l'hashtag #ExpressYou? Laura Piccinini



Foto di M. Launay/Planpicture

LAND ART

Giuliano Mauri

Cattedrale vegetale
dall'1/5 (fino a quando durerà)
Lodi - riva sinistra dell'Adda
INFO giulianomauri.com

Opera unica, sullo stile di Christo, ma ancora più intensa. Giuliano Mauri non c'è più da 8 anni, ma lasciò tutte le indicazioni per costruire la sua magnifica "cattedrale vegetale" (e deperibile) sull'Adda. «Mi piace pensare che la gente attraverserà questo luogo, pensando al perché l'opera è stata fatta... rendendosi conto che l'opera vale il posto», disse Mauri.



CONTEMPORANEA

DMAV Minimalia
dall'11/5 al 28/5 Udine
ex Chiesa di San Francesco
INFO dallamascheradivolto.it

Pittura, video-arte, mondo digitale, performance teatrale e dibattito: è *Dalla maschera al volto*, giovane progetto di "social art ensemble".

CINEMA

Sicilia Queer 2017

Filmfest
dal 25/5 al 1/6 Palermo
Cantieri Culturali alla Zisa
INFO siciliaqueerfilmfest.it

Il cinema queer torna per il settimo anno a Palermo: proiezioni e una retrospettiva (in anteprima europea) sul 33enne Gabriel Abrantes (Usa).

ANNIVERSARI

La Rinascente 100 anni (1917-2017)

dal 23/5 al 24/9
Milano - Palazzo Reale
INFO palazzorealemilano.it

Fu Gabriele D'Annunzio a suggerire al senatore Borletti il nome La Rinascente, dopo che questi aveva acquistato, nel '17, gli ex magazzini Bocconi, determinandone la "rinascita". Ora una mostra racconta un secolo di storia del costume. Made in Milano.



INSTALLAZIONE

Beat Kuert Good Morning Darkness

dal 13/5 al 26/11 Venezia - Palazzo Bembo INFO beatkuert.com

Venezia è invasa dalla Biennale (aperta fino in autunno), ma se volete rimanere fuori dai Padiglioni, fermatevi in questo antico palazzo sul Canal Grande: ospita un'enorme installazione con 30 fotografie digitali in bianco e nero realizzate dal regista e artista multimediale svizzero Beat Kuert.



SURREALE

Lee Madgwick

Stand By
fino al 31/5
Roma - White Noise Gallery
INFO whitenoisegallery.it

Si può ritrarre il silenzio? L'inglese Lee Madgwick, qui alla sua prima personale italiana (ma ha lavorato con geni come Banksy e Damien Hirst), ci prova. Ne escono 9 opere pittoriche maxi: must see.



INTERNAZIONALE

Photofestival 2017

fino al 20/6
Milano - vari spazi della città
INFO milanophotofestival.it

"Realtà e futuro. Da Milano al mondo" è il tema di questa 12esima edizione che occupa con fotografie, video e incontri palazzi e spazi espositivi nel cuore di una metropoli sempre più ricettiva e attenta alla fotografia d'autore.

ELETTRONICA

Spring Attitude

dal 25 al 27/5
Roma - MAXXI e Guido Reni District
INFO springattitude.it

L'anno scorso si sono ritrovati in 12mila a questo festival che mescola la musica elettronica e la cultura contemporanea, tra arte digitale e sound dal folk al pop al rap. La cornice del MAXXI della mitica Zaha Hadid fa il resto.



NEL MONDO



QUEER IN LONDON

Queer British Art 1861-1967 mette in mostra per la prima volta, negli spazi della Tate Gallery di Londra, le opere di artisti che appartengono alla comunità LGBT, nel 50esimo anniversario della depenalizzazione del reato di omosessualità nel Regno Unito. Fino al 1/10.
INFO tate.org.uk

LOOP IN BARCELONA

È il fair-festival per tutti gli appassionati (e ce ne sono tanti) di video-art: questa 15esima edizione di *Loop* porta a Barcellona presentazioni, anteprime e anche una riflessione sulle origini di questo genere artistico sempre più apprezzato dai collezionisti. 25-26/5.
INFO loop-barcelona.com

MUSIC IN BRIGHTON

Brighton, che è un po' la "little Italy" d'Inghilterra per la percentuale di italiani che vivono lì, a maggio raduna tutti a *The Great Escape Festival* dedicato alla "new music" (in line up, anche gli Slaves). Dal 18 al 20/5.
INFO greatescapefestival.com

AFRICA IN NEW YORK

Nella Big Apple, quasi un mese di proiezioni e dibattiti dedicati ai *black movies*: rassegna di corto e lungometraggi interpretati e diretti da artisti africani per tenere alto il dibattito sulle minoranze, nella difficile epoca Trump. Dal 3 al 29/5.
INFO africanfilmmmy.org

Happyend

PIAZZA DUOMO

Costruito tra il 1886 e il 1889, l'edificio fu distrutto da un incendio nel 1918. La facciata dello store di Milano è rivestita dello stesso marmo di Candoglia della facciata del Duomo su cui si affaccia.

Built between 1886 and 1889, the building was destroyed by a fire in 1918. The façade of the Milan store – overlooking the Duomo – is covered with the same Candoglia marble as the facade of the Duomo.

I 100 anni di **Rinascente**

Fu Gabriele D'Annunzio a idearne il nome, e dal 1917 è indissolubilmente legata alla storia della moda, del design e alla modernizzazione del Paese. Il racconto in una mostra al Palazzo Reale di Milano

di Renata Molho





Happyend

PRIMATI

La prima lampadina in Italia venne accesa in Rinascente, così come il frigorifero o la minigonna arrivarono nel Paese attraverso i suoi negozi.

The first light bulb in Italy was turned on at the Rinascente. Likewise the fridge and the miniskirt arrived in the country through its stores.



MANIFESTI STORICI

Manifesto di apertura dopo l'incendio del 1918. Aldo Mazza, *La Rinascente ha inaugurato i suoi grandi Magazzini di Milano* (Piazza Duomo). 1921, Milano Archivio La Rinascente.

Opening poster following the 1918 fire Aldo Mazza, *La Rinascente inaugurated its great Department Store in Milan* (Piazza Duomo). 1921, Milan The Rinascente Archive.



La Rinascente ha deciso di raccontarsi, con una mostra promossa e prodotta dal Comune di Milano Cultura e Palazzo Reale. È la storia densa di un nome famoso nel mondo, che ha inizio proprio nel 1917 a Milano, quando il Senatore Borletti, dopo aver acquistato i Grandi Magazzini Bocconi – nati nel 1865 – invitò Gabriele D'Annunzio a ribattezzare la sua impresa. Inevitabilmente aulico, ottimistico e “in linea con gli atteggiamenti futuristi ai quali in quel momento aderiva con spirito battagliero” – come scrive Fulvio Itrace nel suo saggio per il catalogo della mostra, edito da Skira – il poeta decise che questa doveva chiamarsi la Rinascente. Un nome profetico, anche perché, dopo un incendio scoppiato la notte di Natale del 1918, la sede milanese dovette essere completamente ricostruita. Un semplice participio presente che, persa per strada ogni connotazione grammaticale, è divenuto nel corso del tempo un simbolo della modernità e di molto altro.

C'è un film del 1939 di Alberto Camerini, *Grandi Magazzini*, nel quale appare chiaro come questo tipo di realtà commerciale rappresentasse per l'Italia una svolta culturale. Già allora si potevano leggere le tracce di un profondo e contraddittorio aggiornamento dei valori, dei modelli culturali, degli stili di vita. La donna si manifesta in tutta la sua ansia di rinnovamento. Il cinema fornisce una mappa completa e utile a orientare le spettatrici, influenzandone in senso consumistico i desideri di autonomia ed emancipazione: si modifica il look, si abbandona il busto, si accorciano le gonne e i capelli. E proprio la Rinascente (che ispirò l'ambientazione del film) avrà, a partire dai primi del Novecento, un impatto innovativo proprio sui modelli di consumo e sull'evoluzione sociale, che porterà Milano ad affermarsi come motore economico dell'Italia postunitaria.

Fin da subito, la comunicazione pubblicitaria e il design ricoprono per la Rinascente un ruolo fondamentale: ricordiamo i cartelloni e i manifesti realizzati dal pittore Dudovich a partire dagli anni '20, o i mobili che Giò Ponti creò appositamente per il grande magazzino. La guerra metterà a dura prova l'Impresa: le cinque sedi nate nel frattempo (esclusa quella Romana) saranno profondamente danneggiate dai bombardamenti, ma grazie anche alla capacità della squadra di dirigenti e di-



pendenti capitanati dal nuovo Presidente, Umberto Brustio, verranno rapidamente ricostruite. Nel 1950, in particolare, la nuova sede milanese di piazza del Duomo riapre. Milano sarà nel secondo dopoguerra il motore della ripresa nazionale. La città presenta "una straordinaria crescita industriale e sociale. Qui l'arte entra in relazione strettissima con l'industria, tanto che il legame tra sviluppo artistico e crescita economica diventa il segno distintivo della città", come sottolinea Sandrina Bandera – curatrice della Mostra, assieme a Maria Canella – nel suo saggio per il catalogo. E in questo rapporto tra arte, design e industria, la Rinascente assumerà un ruolo centrale.

La grande intuizione, sia nel settore moda che in quello dell'arredamento casa e del design, sarà quella di coinvolgere grandi firme per una produzione industriale su larga scala e a prezzo contenuto. "Come ricordava Bruno Munari – scrive ancora Irace – la Rinascente, insieme alla Olivetti e alla Pirelli, rappresentava «un centro culturale oltre che un centro mercantile»: un luogo di sperimentazione che consentiva di mescolare proficuamente arte, design e commercio utilizzando linguaggi non consueti in luoghi a loro volta insoliti e aperti al grande pubblico".

Munari è uno degli artefici di questa innovazione comunicativa e formale. La Rinascente è una finestra sul mondo: il progetto si avvale della creatività di architetti, designer, pubblicitari, manager, ricercatori. A partire dagli anni '60, infatti, fotografi e grafici come Serge Libis, Aldo Ballo, Oliviero Toscani, Helmut Newton, Salvatore Gregorietti, contribuiranno a realizzare le campagne pubblicitarie e i cataloghi. Nello stesso periodo nasce l'ufficio stile: Giorgio Armani, entrato alla Rinascente nel 1957, sarà uno dei giovani talenti che vi lavoreranno. Un'esperienza che si rivelerà fondamentale per la sua vita futura. Questa dell'ufficio stile rappresenterà in generale una vera e propria "rivoluzione nella moda che interessava milioni di clienti", come scrive Maria Canella nel suo saggio.

E la storia continua, fino a oggi, animata dallo stesso spirito: la Rinascente resta "un luogo, più che un negozio", come dichiara l'attuale Vice Presidente, Vittorio Radice. Un luogo che, in occasione del Global Department Store Summit 2016, organizzato a Zurigo da Intercontinental Group of Department Stores (Igds), è stato giudicato "the best department store in the world".

INFO

LR100. RINASCENTE. Stories of Innovation Milano, Palazzo Reale dal 24 maggio al 24 settembre.
Aperta sette giorni su sette - Il lunedì dalle 14.30 alle 19.30; martedì, mercoledì, venerdì e domenica dalle 9.30 alle 19.30; giovedì e sabato dalle 9.30 alle 22.30
Costo del biglietto:
Intero: 8 euro
Ridotto: 6 euro
Ridotto speciale: 4 euro
Catalogo a cura di Skira Editore
www.palazzorealemilano.it

LR100. RINASCENTE. Stories of Innovation Milano, Palazzo Reale from May 24 to September 24.
Open seven days a week - Monday from 2:30 pm to 7:30 pm; Tuesday, Wednesday, Friday and Sunday from 9.30 to 19.30; Thursday and Saturday from 9.30 to 22.30
Ticket Cost:
Standard: 8 euros
Reduced: 6 euros
Special reduction: 4 euros
Catalogue by Skira Editore



DESIGN

Listino bimestrale primavera-estate 1925, Pizzi & Pizio. In alto, il catalogo di Lora Lamm, *Perfezionare la casa* (1960).

A bimonthly list of the 1925 spring-summer season, Milano Pizzi & Pizio. Above, catalogue by Lora Lamm, *Perfezionare la casa* (1960).

Happyend



The 100th anniversary of Rinascente

Gabriele D'Annunzio gave it its name, and since 1917 the store has been inextricably linked to the history of fashion and design and to the modernization of the country. The history of Rinascente is on display in an exhibition at the Royal Palace in Milan

DESIGN SUPERMARKET
Uno spazio all'interno dello store di Milano Piazza Duomo, che ospita il meglio della produzione italiana e internazionale, come in un Museum Shop.

A space inside the store in Piazza Duomo in Milan hosts the best of Italian and international production like a Museum shop.



La Rinascente has decided to tell its story, by way of an exhibition promoted and produced by the Cultural Department of the City of Milan and the Royal Palace. It is the weighty story of a world famous name which began in 1917 in Milan when Senator Borletti, after buying the great Bocconi chain of stores – which had begun life in 1865 – invited Gabriele D'Annunzio to rename his company. Inevitably his choice was regal and at the same time optimistic, “in line with those futurist attitudes to which he ferociously adhered” – as Fulvio Prace writes in his essay for the catalogue of the exhibition, edited by Skira – the poet decided that it should be called La Rinascente. This proved to be a prophetic choice since the Milan office had to be completely rebuilt after a fire broke out on Christmas night of 1918. The choice of a simple present participle which, on the street loses any grammatical connotation, has over time become a symbol of modernity and much more. There is a 1939 film by Alberto Camerini, *Grandi Magazzini*, which clearly shows how this kind of commercial reality represented a cultural breakthrough for Italy. Even then, they were able to observe the beginnings of a profound and contradictory update of values, cultural patterns and lifestyles. Women show their desire for renewal in everything. Cinema provides a definitive and useful tool for directing them, influencing their desire for autonomy and emancipation from a consumerist point of view: the look changes, gone is the corset, the skirt and hair get shorter. La Rinascente (which inspired the setting of the film), had an innovative impact on consumer patterns and social evolution starting from the early twentieth century, turning Milan into the economic engine of post-communitarian Italy. Straightaway advertising and design became key for La Rinascente: billboards and posters made



by the painter Dudovich from the 1920s are brought to mind, or from the same period the furniture that Giò Ponti created especially for the department store. The war tested the Company: five branches that were built in the interwar period (with the exception of the Roman branch) suffered bomb damage, but thanks to the skill of the team of leaders and employees led by the new president, Umberto Brustio, they were quickly rebuilt. In 1950, for instance the new Milan branch re-opened in the Duomo Square. In the second post-war period, Milan came to be the engine of national recovery with the city presenting "an extraordinary industrial and social growth. Here art comes into close contact with industry, so that the link between artistic development and economic growth becomes the distinctive sign of the city", as Sandrina Bandera, the Exhibition curator (assisted by Maria Canella), emphasizes in her essay written for the catalogue. And in this relationship between art, design and industry, La Rinascente assumed a central role. The great innovation, both in fashion and home furnishing and design, was to engage major firms for large-scale industrial production at low prices. As Bruno Munari recalled – Irace writes – "La Rinascente, together with Olivetti and Pirelli, represented a cultural centre as well as a commercial centre, a place of experimentation that allowed for a profitable mix of art, design and trade using unusual languages and places open to the general public. Munari is one of the creators of this communicative and formal innovation. La Rinascente is a window onto the world: the project takes advantage of the creativity of architects, designers, advertisers, managers and researchers. Since the 1960s, photographers and graphic designers like Serge Libis, Aldo Ballo, Oliviero Toscani, Helmut Newton, Giancarlo Iliprandi and Salvatore Gregorietti have provided input into the production of advertising campaigns and catalogues. In the same period, the style department was born: Giorgio Armani, who joined La Rinascente in 1957 was one of the young talents who worked work there. His experience proved fundamental to his future. In general terms the style department represented a "revolution in fashion that interested millions of customers," Maria Canella writes in an essay. And the story continues to this day, driven by the same spirit: Rinascente remains "a place rather than a shop," as the current Vice President Vittorio Radice states. A place that, on the occasion of the Global Department Store Summit 2016, held in Zurich by the Intercontinental Group of the Department Stores (lgds), was awarded the "best department store in the world".

LIFTING DI CLASSE

Un massiccio progetto di ristrutturazione, partito nel 2005 e tuttora in corso, ha coinvolto grandi nomi dell'architettura d'avanguardia, da Andrea Grietto al Mumbai Studio.

A massive restoration project started in 2005 and is still underway. It has involved the greats of cutting-edge architecture, ranging from Andrea Grietto to the Mumbai Studio.

TUSTYLE NEWS

Un (davvero) grande magazzino

IN MOSTRA A MILANO LA STORIA DEL PRIMO MEGA STORE D'ITALIA: LA RINASCENTE. CHE HA CAMBIATO LA MODA E LO STILE DI VITA. E LANCIATO TALENTI DA PAURA di Franco Capacchione

Prima della tv e della radio, a unificare il gusto degli italiani ci pensarono i grandi magazzini. La nave scuola ha un nome, la Rinascente, e il copyright del marchio è di Gabriele D'Annunzio, il Vate della letteratura italiana. Nata 100 anni fa, nel 1917, si festeggia e si racconta a Palazzo Reale di Milano con una grande mostra dal piglio high-tech e multimediale, *LR100. Rinascente. Stories of Innovation*, fino al 24 settembre. Progetti, fotografie, disegni, oggetti, tutti recuperati dagli infiniti archivi, raccontano nascita, crescita e affermazione definitiva di un vero "laboratorio" creativo. Lì, nei primi decenni del secolo scorso, si sono sperimentate le novità che provenivano dall'Europa e si è creato un modello di vendita innovativo con la merce esposta negli scaffali a prezzo fisso. Iniziava così la democratizzazione della moda. Le 10 stanze allestite per l'esposizione mettono a fuoco, ognuna, un tema: i primi esempi di cartellonistica di Marcello Dudovich, artista e grafico, padre della comunicazione pubblicitaria; i cataloghi e gli house organ; come il cinema ha raccontato gli spazi commerciali; la rivoluzione del prêt-à-porter... Fin dalla fondazione, le antenne sono sempre state alzate per cogliere le nuove tendenze, comprese quelle artistiche. Non a caso, in mostra ci sono anche opere di Bruno Munari, Giorgio Fontana, Andy Warhol, Michelangelo Pistoletto (tra gli altri). Pura avanguardia come lo è stato mettere in vendita la rivoluzionaria minigonna di Mary Quant, i primi bikini, l'underwear sexy e gli hot pants, firmare accordi con Pierre Cardin e Courrèges per offrire modelli haute couture a prezzi contenuti, allevare talenti come Giorgio Armani che ha iniziato, giovanissimo, come vetrinista, o i Missoni che disegnarono le prime collezioni. Italia's got talent! **T**

ARCHIVIO SALVATORE GREGOROTTI ARCHIVIO LA RINASCENTE - COMUNICAZIONE PH. D'ARIS



Sopra, dall'alto: un manifesto del 1966 e quello disegnato da Marcello Dudovich nel 1928, la foto storica della facciata della Rinascente in Piazza del Duomo a Milano, un manifesto del 1970 e un catalogo del 1995 con cover di Ugo Nespolo. A lato, la locandina della mostra a Palazzo Reale.



MILANO

QUANDO NACQUE LA BOUTIQUE DI MASSA

D'Annunzio ribattezzò profeticamente «la Rinascente» i Grandi Magazzini Bocconi: dopo un incendio, risorsero all'ombra del Duomo, portando in Italia un nuovo modello commerciale. Una mostra ne festeggia l'imminente centenario

Cento anni fa Gabriele D'Annunzio creava per Senatore Borletti, fresco proprietario dei Grandi Magazzini Bocconi, il nome davvero «immaginario», oltre che profetico, di «la Rinascente». I grandi magazzini sarebbero, infatti, rinati per ben due volte: la prima quando Senatore Borletti li rilanciò, alla fine del 1918; poi, dopo l'incendio che li devastò appena inaugurati, quando si riaprirono nel 1921, più moderni e lussuosi, nel palazzo accanto al Duomo dove tuttora si trovano. Ispirata ai magazzini francesi «Le Bon Marché», la Rinascente portò in Italia un nuovo modello di distribuzione e di consumo da un lato, di comunicazione dall'altro, che avrebbe generato un forte impulso di modernità non solo nell'economia ma anche nel costume e nel gusto dell'intero Paese, lì dove si aprivano le sue numerose filiali. Dal 24 maggio al 24 settembre la Rinascente festeggia l'anniversario con una grande mostra a Palazzo Reale, curata da Sandrina Bandera e Maria Canella, con Associazione Culturale Memoria&Progetto, e con l'allestimento di OMA/AMO (Rem Koolhaas). Ordinata come un ideale grande magazzino, la mostra «R 100. Rinascente. Stories of Innovation» (catalogo Skira) si presenta come una sorta di archivio multimediale e si articola in più sezioni, in cui si affrontano i temi che ne hanno modellato l'identità e che più fortemente hanno inciso sulla società per la loro carica d'innovazione: dopo la storia di questi grandi magazzini, fondati dai Bocconi nel 1865, ecco la cartellonistica di Rinascente, con la presenza precoce e duratura di Marcello Dudovich; i cataloghi e gli house organ, non semplici riviste promozionali ma propulsori di una nuova cultura visiva; la nuova comunicazione e grafica degli



Sopra, il manifesto di Marcello Dudovich «La Rinascente. Novità di stagione autunno-inverno 1928». A destra, dall'alto, copertina del catalogo spedito a domicilio «L'estate 1955 consiglia»; poster «Moda Estate 1962» di Pegge Hopper; «Scopri (Persona che scopri)» (1967) di Michelangelo Pistoletto; «Senza titolo» (1963-70) di Aldo Mondino. A sinistra, «Signorina seduta» (1934) di Lucio Fontana




anni Cinquanta-Settanta; gli allestimenti innovativi e gli eventi; i nuovi consumi; la moda, con la rivoluzione del prêt-à-porter; il Centro Design Rinascente e l'istituzione lungimirante del «Compasso d'Oro», il più autorevole premio mondiale per il design, promosso proprio da Rinascente (1954-64). Fino alla proiezione verso il futuro.

La stessa lungimiranza guidò la scelta dei collaboratori, da subito di prim'ordine: Max Huber, Lora Lamm, Bruno Munari, Giò Ponti, Mario Bellini, Grazia Varisco, Massimo Campigli e Lucio Fontana. Un'importante sezione della mostra, curata da Sandrina Bandera, prende in esame proprio le arti visive, con una sessantina di opere: oltre a Campigli (che decorò per la Rinascente l'entrata di via San Raffaele con un grande mosaico) e Lucio Fontana, autore nel 1954 delle decorazioni ceramiche per il bar dei magazzini Jelmolo in Svizzera, sfilano lavori di Fortunato Depero, Andy Warhol, Mimmo Rotella, Piero Manzoni, Joseph Beuys, Emilio Isgrò, Giulio Paolini, Michelangelo Pistoletto e altri, tutti impegnati qui a riflettere sulla nuova società dei consumi.

Ada Masoero



HOME CHI SIAMO PUBBLICITÀ ABBONAMENTI APP CONTATTI CALENDARIO INAUGURAZIONI MAGAZINE TELEVISION



ARTI VISIVE PROGETTO PROFESSIONI ARTI PERFORMATIVE EDITORIA TURISMO DAL MONDO


Home > Calendario eventi > Milano > La Rinascente 100 – Stories of innovation

documentaria

La Rinascente 100 – Stories of innovation

Milano - 23/05/2017 : 24/09/2017

Il Comune di Milano | Cultura, Palazzo Reale e la Rinascente celebrano i 100 anni del nome del department store, con una mostra che racconta un secolo di storia del costume e della cultura di Milano e dell'Italia.



INFORMAZIONI

Luoqo: PALAZZO REALE

Indirizzo: Piazza Del Duomo 12 - Milano - Lombardia

Quando: dal 23/05/2017 - al 24/09/2017

Vernissage: 23/05/2017

Curatori: Maria Canella, Sandrina Bandera

Generi: documentaria

Orari: lun 14.30 — 19.30 mar ven dom 9.30 — 19.30 gio sab 9.30 — 22.30 Ultimo ingresso un'ora prima della chiusura Infoline 02.928.003.75


Biglietti: presenta in biglietteria la tua Rinascentecard e avrai diritto a uno speciale ingresso ridotto al costo di 4,00 euro invece di 8.00 euro. Audioguida inclusa.

COMUNICATO STAMPA





Dal 24 maggio al 24 settembre, nelle sale dell'Appartamento del Principe del piano nobile di Palazzo Reale.


Un appuntamento che ripercorre, attraverso 11 stanze, una storia fatta di passione, talento e capacità di visione, tale da portare l'azienda a diventare un punto di riferimento, per la moda e per il costume, a livello nazionale ed internazionale

Leggi tutto



#ARTRIBUNELIVE

    #artribunelive

MAXXI UPDATES


ULTIMI EVENTI

evento

città (comune)


in corso e futuri


trova ricerca avanzata


INAUGURAZIONI	IN GIORNATA	FINISAGE
Reverie - Tempo zero MILANO - FONDAZIONE MUDOMA		
Artists in Residence #2 MILANO - OFFICINE SAFPI		
Giorno del Bacio, Kisu no HI キスの日 MILANO - PIRAVANTI GARDINER - GALLERIA NOBILI		
Elvira Colognori - Il cielo degli altri LUGO - LUGO C.A. - LUGO CENTER OF CONTEMPORARY ART		
Pittori del secondo Novecento a Torino TORINO - GALLERIA D'ARTE PIERA		
Dario Basso - Hùmedo NAPOLI - ISTITUTO CERVANTES		
François Morellet MILANO - A. ARTE INVENZIONI		
Bike Passion SESTO SAN GIOVANNI - GALLERIA CAMPARI		


tutte le inaugurazioni di oggi >>
le inaugurazioni dei prossimi giorni


I PIÙ LETTI

 Resuscitare il cinema con l'arte. Danlen Hirst raccontato da Marco Giusti
18 maggio 2017

 Piagi alla Biennale di Venezia? Ecco le opere al centro delle...
17 maggio 2017

 Nuova magia di Edoardo Tresoldi. Spettacolare scenografia ad Abu Dhabi, tra...
18 maggio 2017

 Biennale di Venezia. L'editoriale di Luca Beatrice
18 maggio 2017

 New York e l'arte pubblica. Arriva la ballerina gigante di Jeff Koons In...
15 maggio 2017

IL GIORNALE DELL'ARTE.COM

Notizie Archeologia Documenti EconomiaAntiquariato EconomiaArte EconomiaGallerie Fotografia Libri Mostre Musei Opinioni Restauro Fondazioni Arte e Imprese Lettere al giornale



16 maggio 2017

RICERCA

MOSTRE

MILANO

Quando nacque la boutique di massa

Condividi

D'Annunzio ribattezzò profeticamente «la Rinascente» i Grandi Magazzini Bocconi: dopo un incendio, risorsero all'ombra del Duomo, portando in Italia un nuovo modello commerciale. Una mostra ne festeggia l'imminente centenario



Cento anni fa Gabriele D'Annunzio creava per Senatore Borletti, fresco proprietario dei Grandi Magazzini Bocconi, il nome davvero «immaginario», oltre che profetico, di «la Rinascente».

I grandi magazzini sarebbero, infatti, rinati per ben due volte: la prima quando Senatore Borletti li rilanciò, alla fine del 1918; poi, dopo l'incendio che li devastò appena inaugurati, quando si riaprirono nel 1921, più moderni e lussuosi, nel palazzo accanto al Duomo dove tuttora si trovano.

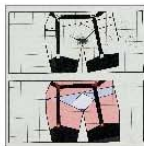
Ispirata ai magazzini francesi «Le Bon Marché», la Rinascente portò in Italia un nuovo modello di distribuzione e di consumo da un lato, di comunicazione dall'altro, che avrebbe generato un forte impulso di modernità non solo nell'economia ma anche nel costume e nel gusto dell'intero Paese, là dove si

apripivano le sue numerose filiali.

Dal 24 maggio al 24 settembre la Rinascente festeggia l'anniversario con una grande mostra a Palazzo Reale, curata da Sandrina Bandera e Maria Canella, con Associazione Culturale Memoria&Progetto, e con l'allestimento di OMA/AMO (Rem Koolhaas). Ordinata come un ideale grande magazzino, la mostra «IR 100. Rinascente. Stories of Innovation» (catalogo Skira) si presenta come una sorta di archivio multimediale e si articola in più sezioni, in cui si affrontano i temi che ne hanno modellato l'identità e che più fortemente hanno inciso sulla società per la loro carica d'innovazione: dopo la storia di questi grandi magazzini, fondati dai Bocconi nel 1865, ecco la cartellonistica di Rinascente, con la presenza precoce e duratura di Marcello Dudovich; i cataloghi e gli house organ, non semplici riviste promozionali ma propulsori di una nuova cultura visiva; la nuova comunicazione e grafica degli anni Cinquanta-Settanta, gli allestimenti innovativi e gli eventi; i nuovi consumi, la moda, con la rivoluzione del prêt-à-porter; il Centro Design Rinascente e l'istituzione lungimirante del «Compasso d'Oro», il più autorevole premio mondiale per il design, promosso proprio da Rinascente (1954-64). Fino alla proiezione verso il futuro. La stessa lungimiranza guidò la scelta dei collaboratori, da subito di prim'ordine: Max Huber, Lora Lamm, Bruno Munari, Giò Ponti, Mario Bellini, Grazia Varisco, Massimo Campigli e Lucio Fontana.

Un'importante sezione della mostra, curata da Sandrina Bandera, prende in esame proprio le arti visive, con una sessantina di opere: oltre a Campigli (che decorò per la Rinascente l'entrata di via San Raffaele con un grande mosaico) e Lucio Fontana, autore nel 1954 delle decorazioni ceramiche per il bar dei magazzini Jelmolo in Svizzera, sfilano lavori di Fortunato Depero, Andy Warhol, Mimmo Rotella, Piero Manzoni, Joseph Beuys, Emilio Isgrò, Giulio Paolini, Michelangelo Pistoletto e altri, tutti impegnati qui a riflettere sulla nuova società dei consumi.

di Ada Masoero, da Il Giornale dell'Arte numero 375, maggio 2017



IN QUESTO NUMERO...

ALTRI ARTICOLI DI
ADA MASOERO

Milano, per l'Ultima Cena di Leonardo un «restauro ambientale» finanziato da Mibact e Eataly

Bank of America Merrill Lynch sostiene i progetti di restauro

Cremona, Caravaggio suona per Monteverdi

La terra inquieta delle migrazioni

Quale artista resterà se il tuo archivio non avrai?

Warhol, vidi, Vinci

Alberto Crespi, un Mecenate in toga

Mantova, pittura contemporanea cinese senza confini

Matteo Negri scolpisce a colori

Allegria nel Lago di Lecco

GLI ALTRI ARTICOLI DI
MOSTRE

SPECIALE VENEZIA. Ettore Sottsass ceramista in piazza San Marco

SPECIALE BIENNALE DI VENEZIA. Vip e vamp, squali e pesce spada

SPECIALE BIENNALE DI VENEZIA. I transpadiglioni all'Arsenale

SPECIALE VENEZIA Alla Fondazione Prada l'equivoco del marinaio

SPECIALE VENEZIA Fabre monastico in vetro e ossa

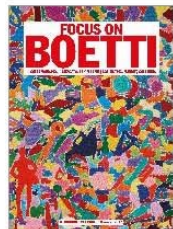
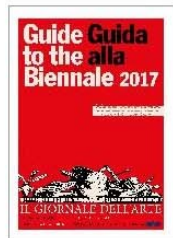
SPECIALE BIENNALE DI VENEZIA I Padiglioni nazionali all'Arsenale

SPECIALE BIENNALE DI VENEZIA. I Padiglioni nazionali in città/2

SPECIALE BIENNALE DI VENEZIA Giallo Grenada: come si assomigliano deCaires Taylor ed Hirst

VERNISSAGE

Relitto perfetto



HOME > MOSTRE

LA RINASCENTE 100 ANNI (1917-2017)



Palazzo Rinascente

Dal 23 Maggio 2017 al 24 Settembre 2017

MILANO

LUOGO: Palazzo Reale

CURATORI: Sandrina Bandera, Maria Canella

ENTI PROMOTORI:

Comune di Milano - Cultura

Palazzo Reale

La Rinascente

COSTO DEL BIGLIETTO: intero € 12, ridotto € 10, Ridotto Card Musei Lombardia € 8, ridotto € 6 scuole, giornalisti non accreditati, gruppi organizzati direttamente da Touring Club e FAI e studenti Summer School, Famiglia € 10 adulti e € 6 ragazzi (dai 6 ai 14 anni). Non applicabile alla mostra Arnaldo Pomodoro. Gratuito minori di 6 anni e altre categorie

TELEFONO PER INFORMAZIONI: +39 02 88445181

E-MAIL INFO: c.mostre@comune.milano.it

SITO UFFICIALE: <http://www.palazzorealemilano.it>

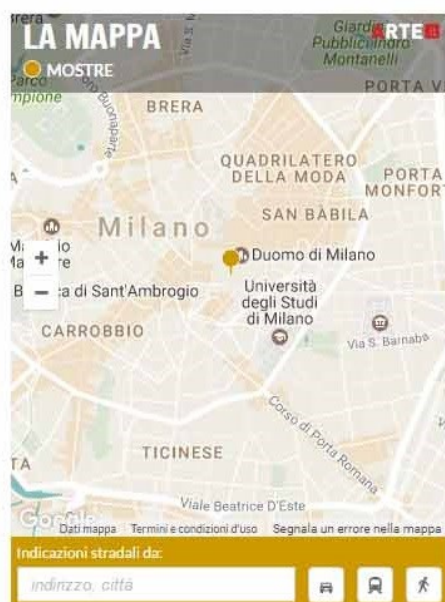
COMUNICATO STAMPA:

Nel 2017 La Rinascente festeggia i cento anni dal momento in cui Gabriele D'Annunzio ne ideò il nome.

La mostra presenta una pagina di storia della città, con spaccati sui grandi fenomeni sociali ed economici che accompagnarono la modernizzazione, l'emancipazione della donna, la storia della moda, la storia del design.

La rassegna è accompagnata dalla proiezione di film e di testi di poeti e scrittori come D'Annunzio, Quasimodo, Gadda, Zavattini e Calvino.

Tweet G+ 0 Mi piace 3 Pin it



Dal 05 maggio 2017 al 27 agosto 2017
ROMA | COMPLESSO DEL VITTORIANO
BOTERO. DIPINTI 1959-2015



Dal 13 aprile 2017 al 17 settembre 2017
MILANO | MUSEO DEL NOVECENTO - GALLERIE D'ITALIA
NEW YORK NEW YORK. ARTE ITALIANA: LA RISCOBERTA DELL'AMERICA



Dal 12 aprile 2017 al 10 settembre 2017
VENEZIA | CASA DEI TRE OCCHI
DAVID LACHAPPELLE. LOST + FOUND



Dal 11 aprile 2017 al 17 settembre 2017
BOLOGNA | PALAZZO ALBERGATI
MIRÓ: SOGNO E COLORE



Dal 09 aprile 2017 al 03 dicembre 2017
VENEZIA | PALAZZO GRASSI - PUNTA DELLA DOGANA
DAMIEN HIRST. TREASURES FROM THE WRECK OF THE UNBELIEVABLE



Dal 11 aprile 2017 al 09 luglio 2017
ROMA | COMPLESSO MONUMENTALE DI SAN SALVATORE IN LAURO
DAI CRIVELLI A RUBENS. TESORI D'ARTE DA

REGIONI

MENU

VIDEO

FOTO

EDIZIONI

PALINSESTO
CHI SIAMO

VIDEO

A.D. La Rinascente

PIERLUIGI COCCHINI

TG Lombardia Edizione delle 19.30

ANDATO IN ONDA IL 23 MAGGIO 2017

Condividi 0

Tweet

G+10

TV/RADIO

24 MAG | CONDIVIDI

TGR

Edizione della notte

prossima edizione alle 13:58

24 MAG | CONDIVIDI

GR

Edizione delle 12.10

prossima edizione domani alle 07:18

24 MAG | CONDIVIDI

BUONGIORNO REGIONE

prossima edizione domani alle 07:25

23 MAG | CONDIVIDI

METEO

Edizione delle 14.00

prossima edizione alle 14:19

APRI L'ARCHIVIO

Rai

Rai - Radiotelevisione Italiana Spa

Sede legale: Viale Mazzini, 14 - 00195 Roma

Cap. Soc. Euro 242.518.100,00 interamente versato

Ufficio del Registro delle Imprese di Roma

© RAI 2014 - tutti i diritti riservati. P.Iva 06382641006

Privacy policy










Cookie policy

Società trasparente

HOME ORA IN ONDA PROGRAMMI A-Z GUIDA TV


MEDIASET
ON DEMAND


MEDIASET FAN LOGIN 🔍 ☰



TG5

INFO CANALE 5


Tutti i giorni alle 6.30, alle 8, alle 13, alle 20 e alle 00.55 su 



PIERLUIGI COCCHINI
AMMINISTRATORE DELEGATO LA RINASCENTE

08:28
TG5

TG5










Edizione ore 8.00 del 1 giugno 

Segui tutte le notizie dell'edizione integrale del TG5

RETE
CANALE CINQUE

DURATA
00:35:29

VISUALIZZAZIONI

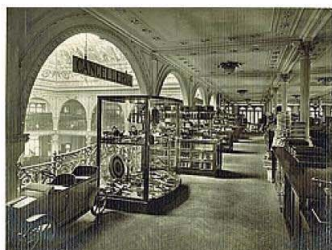


Eventi

La guida
Un secolo attraverso
fotografie, dipinti,
sculture e design

La Rinascente festeggia i 100 anni del suo nome, ideato da Gabriele D'Annunzio, e per celebrare l'evento presenta in collaborazione con il Comune di Milano, (assessorato alla Cultura) e Palazzo Reale la mostra «R100 — Rinascente. Storie di innovazione» al Palazzo Reale di Milano nelle sale dell'Appartamento del Principe al piano nobile, da domani, 24 maggio, al 24 settembre 2017. Il progetto scientifico dell'esposizione è curato da Sandrina Bandera e Maria Canella, storiche dell'arte, della società e del costume

(la produzione e il lavoro di ricerca sono curate da Memoria & Progetto che ha lavorato con il coordinamento di Elena Puccinelli). La ricerca nasce dal portale Rinascente Archives, l'archivio digital. Attraverso numerose opere d'arte, grafica, oggetti di design, immagini storiche e contributi inediti, la rassegna racconta come la Rinascente abbia scritto capitoli importanti nella storia della moda italiana. www.palazzorealemilano.it, www.rinascente.it, [www.Rinascente100](http://Rinascente100). Il catalogo è di Skira



Le tappe Da sinistra, i reparti di vendita la Rinascente negli anni 20 (fondo Touring Club Italiano); una vetrina del 1951 del designer Albe Steiner (foto: Politecnico di Milano, Archivi Albe e Lica Steiner); e studi di grafica sul design del logo

L'appuntamento Una mostra a **Palazzo Reale di Milano** celebra il grande magazzino che deve il suo nome (e il suo destino) a **D'Annunzio**. Una storia italiana di successo sopravvissuta a guerre e crisi economiche, nel segno dell'**innovazione**

ROMANZO COMMERCIALE

LA RINASCENTE, I CENTO ANNI E LE MILLE VITE CHE AVREBBE POTUTO SCRIVERE THOMAS MANN

di **Pier Luigi Vercesi**

Fosse un romanzo, avrebbe potuto scriverlo Thomas Mann, con la penna che creò l'intreccio borghese del Buddenbrook. Ma siamo a Milano, non a Lubeca, e il titolo della storia, che incorpora un destino, lo ha deciso Gabriele D'Annunzio: la Rinascente.

Prima di essere ribattezzata dal vate, era una «ditta» cresciuta a partire da una bottega di via Santa Redegonda, all'ombra del Duomo. I fratelli Bocconi, Lucio e Ferdinando, nel 1865 avevano scommesso sul declino di un ancien régime conformato alle redingote maschili realizzate su misura. Molto dandy, ma poco adatte a una piccola borghesia in ascesa. Milano si stava espandendo oltre le mura spagnole: incorporava nel suo ventre il Lazzaretto e i navigli più esteriori.

Alle origini

Alla fine dell'Ottocento i Bocconi capirono la nuova esigenza di abiti pratici e meno costosi

ni. In via Vivato, pittori, scultori e poeti prendevano a picco il piccolo mondo antico delle marchese Matroni. Era il «Sessantotto» dell'Ottocento, noto come Scapigliaturismo. Molti di loro fecero una brutta fine, per abuso di laudano, assenzio e altre diavolerie, ma riuscirono a innovare almeno nel gusto. Al resto ci pensò una popolazione laboriosa.

I Bocconi intuirono la necessità di vestire abiti pratici e meno costosi perché realizzati in serie. Misero all'opera cento operai e trasformarono il negozio in grande magazzino. Nelle foto d'epoca, vestono Bocconi i gentiluomini con la bombetta in testa intenti a potturare sulla pista di ghiaccio dell'Arena; se ne scorgono tra gli spettatori di Buffalo Bill durante il tour milanese. I Bocconi avevano «scoperto l'America». Aprirono magazzini ovunque.

Nel 1906 Ferdinando veniva nominato senatore del Regno, mentre l'Italia gliolittiana mutava pelle. La piccola borghesia, salita di gradino, rimpingeva l'abito su misura; la fascia impiegatizia necessitava di

prezzi inferiori. Morì Ferdinando, gli eredi non avevano lo spessore per le grandi decisioni. E questa storia tutta italiana cominciava davvero ad assomigliare a quella dei Buddenbrook.

Nel 1917, anche all'orizzonte dei grandi magazzini si profilava una Caporetto. Il fallimento fu evitato dalla cordata di imprenditori capitanata da Senatore Borletti, che con

le forniture belliche aveva accumulato grandi ricchezze. La sua prima decisione fu di cambiare nome. Spedì 5 mila lire al «poeta soldato» prima che si imbarcasse per la lotta di Bucarest e decollasse alla volta dei cieli di Vienna. In trincea con il nuovo marchio: la Rinascente. Specificando: «Chiaro, semplice, opportuno». E la Rinascente fu, mentre gli austriaci, con la vera Caporetto, minacciavano di dilagare nella Pianura Padana.

Borletti aveva i nervi saldi e il mantenne anche la notte di Natale del 1918, quando un incendio si portò via il magazzino nel cuore di Milano. Per rinascere, richiamò dal Sud America il cognato Umberto Brustio. Brustio aveva un'idea più «futurista», dinamica, innovativa della gestione d'impresa. Mentre l'Italia sperimentava l'uomo solo al comando, lui immaginava un'azienda dove la base della piramide giocava in prima linea: rafforzò la struttura manageriale; investì sulla riqualificazione delle commesse; chiamò l'illustratore Marcello Dudovich, il pittore delle donne spensierate in riva al mare di Trieste, per una massiccia campagna pubblicitaria; ampliò la gamma dei prodotti chiedendo all'architetto Gio Ponti di progettare arredi per la casa; diversificò la clientela con le vendite per corrispondenza e aprendo una nuova catena di magazzini con prezzi popolari, l'Upim. Non fu facile, perché in Italia il reddito medio era la metà di quello francese e inglese, e un quarto di quello statunitense. Ma all'alba degli Anni Trenta la Rina-

scente di Brustio si presentava solida e in costante ascesa. La Seconda guerra mondiale riazzerò tutto. Restò in piedi solo la sede romana. Le radici erano comunque solide e il 4 dicembre 1950 riaprì la sede milanese di piazza del Duomo. I libri contabili della società, in quel decennio, sono la miglior testimonianza di un'epoca passata alla storia come «miracolo economico»: le vendite crebbero da 10 a 54 miliardi di lire. Tutto si compì il giorno dell'ottantesimo compleanno di Umberto Brustio. I successori non avevano le idee chiare e l'Italia cominciava ad avere il fiato corto. L'autunno caldo e le crisi petrolifere fecero confluire la proprietà all'Ifil, la finanziaria del Gruppo Agnelli, e a Mediobanca. Le esigenze finanziarie prendevano il sopravvento rispetto al «furor innovativo» del Brustio e, a metà degli anni Settanta, il bilancio lamentava una drammatica perdita di 17 miliardi.

Negli anni 30 Brustio puntò sulla base dell'azienda: rafforzò la struttura dei manager e riqualificò il ruolo delle commesse

sciente di Brustio si presentava solida e in costante ascesa.

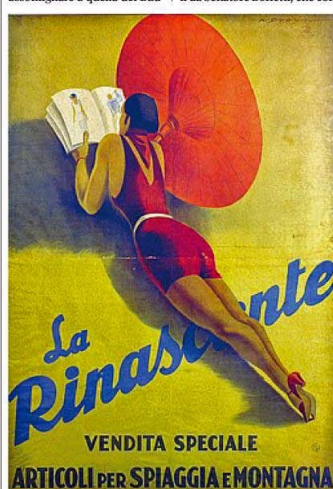
Si doveva ripartire, per l'ennesima volta. Vennero richiamati dirigenti cresciuti nell'azienda di Brustio e, grazie a una migliore congiuntura, i conti tornarono in ordine, anche se la società aveva ormai perso il ruolo di innovatore per eccellenza nel settore della grande distribuzione. Eppure non era ancora finita. Al volgere del millennio, la Rinascente è tornata a ripetersi, ispirandosi a modelli esotici: i favolosi suq di Marakech e Samarcanda. Nulla di più nuovo dell'antico, nel mondo globalizzato. Ma questa è cronaca dei giorni nostri.

DI RIPRODUZIONE RISERVATA

Il percorso



La mostra è articolata su un percorso tematico dedicato agli ambiti in cui l'azienda ha dimostrato la sua capacità progettuale e realizzativa. A partire dagli artisti che furono determinanti nel creare il clima culturale dell'epoca e ai giovani collaboratori, che grazie al laboratorio formativo della Rinascente, divennero protagonisti di nuovi fronti creativi. Si parte con la sezione dedicata a Marcello Dudovich e alla nascita della cartellonistica, poi si passa a Cinema e video, a Cataloghi e house organ. E poi la nuova comunicazione e la nuova grafica dagli anni 50 in avanti; gli allestimenti e gli eventi; i nuovi consumi; il costume e la moda con la rivoluzione del prêt-à-porter; il centro design Rinascente; la nascita del Consapso d'oro (1954-1964). E, per concludere il percorso, lo scenario futuro. Foto: Ferdinando Bocconi, uno dei fondatori



I manifesti

Cartellone pubblicitario per la Rinascente, opera di Marcello Dudovich nel 1931 (litografia, Archivio la Rinascente, Milano). Il pittore di natà triestini, che raccontò i nuovi stili di vita degli italiani, lavorò molto per grandi magazzini milanesi: dal 1921 al 1956 realizzò oltre 100 manifesti per pubblicizzare le nuove collezioni in vendita

Corriere della Sera Martedì 23 Maggio 2017

EVENTI | 43



Legami d'arte

Da sinistra, *Negativo-positivo* giallo-rosso, 1951 di Bruno Munari; *Wechselstreifen*, 1933 di Vassily Kandinsky; *Objetto visibile instabile*, 1963 di Dadamaino; *Una comicità da conservare*, 1998 e *Omnaggio a Krizia*, 1995 di Silvano Pasotti; *Senza titolo*, 1970 di Mario Ceroli



Tempo di Natale. Curiosità e acquisti nel reparto giocattoli della Rinascente nel 1962 (foto: Archivi Farabola, Valiano Cremasco, Cremona)

La testimonianza

di Giorgio Armani

Qui ho affinato sguardo e gusto E ho preso coraggio per lanciarmi

Dovevo cambiare la mentalità dei buyer: mi servì lo spirito di Sottsass e Fontana

Il caso, e una buona dose di sfacciataggine, di quella felice incoscienza che si ha da molto giovani, mi hanno portato a la Rinascente.

Un'amica fece il mio nome al responsabile dell'ufficio pubblicità, che si occupava della comunicazione in tutti i suoi aspetti. Avevano la necessità di un catalogo e io, pur non avendo frequentato scuole d'arte o di fotografia, pensai che potevo esserne l'artefice. Le mie fotografie furono scartate, ma io rimasi tre anni al fianco della signorina Ada, il mio capo. Avevo il compito di assistere i vari studi di architettura che realizzavano le mostre, e di organizzare la vetrinistica.

Il primo vero incarico professionale fu quello di assistere i compratori di moda maschile nelle scelte dei prodotti da mettere in vendita. Il che significò scontrarmi subito con realtà consolidate: buyer abituati da anni ad acquistare gli stessi prodotti venivano messi in discussione da un giovane uomo che di pratica non dava l'impressione di averne molta. È stata una bella esperienza formativa che ha avuto sicuramente un grande peso per il proseguimento della mia attività nella moda.

Perché, in quella cucina creativa che era la Rinascente, ero affinato lo sguardo e il gusto. Basti pensare che ar-

rector era stato, dal 1950 al 1954, Albe Steiner, che aveva disegnato anche la copertina del catalogo realizzato per la prima edizione del Premio Compasso d'Oro.

Allora collaboravano Ettore Sottsass, un fotografo come Sergio Libiszewski, artisti come Lucio Fontana. Anche se non avevo contatti diretti, con il tempo mi sono reso conto di avere assorbito questa visione della comunicazione coordi-



L'album
Un giovane
Giorgio Armani
al lavoro. Lo
stilista lavorò
alla Rinascente
dal 1957 al
1963 (foto dal
catalogo Skira
della mostra)

nata, dall'ideazione del marchio al packaging e alla grafica. Tutto teso a valorizzare il prodotto con estro e intelligenza. La Rinascente era qualcosa di più e di diverso rispetto al department store che tanto colpivano chi visitava gli Stati Uniti. Oltre alla quantità e varietà dell'offerta americana, offriva quella speciale qualità che è la caratteristica del gusto italiano, costruendo un nuovo senso estetico sostenuto dalla potenza della modernità.

Sono state celebri, in quel periodo, le settimane a tema che aprivano le porte di mondi ancora poco conosciuti, come l'India, con la manifestazione dedicata, o la favolosa Inghilterra. Suscitavano il desiderio irresistibile di visitare quelle città, quei luoghi dai quali provenivano oggetti, abiti, scarpe, dolci, miscele di tè. L'Italia cambiava e c'era anche la Rinascente tra gli artefici di quel cambiamento.

A ripensarci, avrei potuto continuare a lavorare a la Rinascente per molto tempo. Ma a un certo punto sentii il bisogno di provare altre strade. Anche questo è parte della mia prima formazione professionale. La Rinascente, che mi aveva assunto, mi ha dato anche la sicurezza in me stesso sufficiente per lasciarsi.

(Testo tratto dal catalogo «R 100/ Rinascente/Stories of Innovation», Skira)

Il commento

Quel ragazzo con la voglia di futuro

di Giulio Ferré

Se c'è un episodio, una storia di vita e lavoro che rappresenta lo spirito di Milano, è quella raccontata da Giorgio Armani. Ragazzo dotato di un talento ancora indistinto sul quale la Rinascente agisce come un misterioso innesco. Come un catalizzatore di desideri che rendono possibili pensieri, piacevolzze, armonie, aversari di curiosità e scoperte di ambienti nuovi e culture dall'apparenza esotica. La città del 1957, che dalle fatiche della Ricostruzione sta passando alle sorprese eccitanti del boom economico, mostra scintille di vita, di intelligenza, di quella che si potrebbe definire «voglia di tornare a essere» (come quella che ha animato l'Expo 2015) e dà luogo a reazioni a catena. Dove un'invenzione può trasformarsi

in cambiamento, iniziativa, metodo. Non è questione di sentimento — di questo Milano è ben consapevole — ma è anche vero che soltanto il sentimento del tempo diventa futuro. E senza desiderio di futuro non possono esserci né cambiamento né crescita. Così l'ufficio pubblicità e acquisti di la Rinascente è stato il nucleo iniziale di quegli «uffici stile» che sono l'ossatura delle professioni milanesi, dalla moda al design alla comunicazione, e la fucina di quei creativi rappresentati al massimo livello da Giorgio Armani. Interessante è che non si forma su base teorica, ma pratica, che varia per cercare l'organizzazione più efficiente, spinta dalla curiosità e da una specie di tensione emotiva. Perché nessuno sapeva con precisione che cosa stava succedendo, ma stava succedendo, e contribuiva a costruire un nuovo mondo.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Strategie

Fashion business Un'idea concepita in piazza Duomo

di Enrica Roddolo

Le private label, la globalizzazione dello stile (e degli affari) e il lancio di una prima offerta moda made in Italy che avrebbe aperto la strada all'età d'oro degli stilisti. Ma anche l'intuizione del valore di mercato di design e accessori, persino del packaging. La Rinascente che oggi macina vendite per 645 milioni (350 milioni solo a Milano Duomo, premiato come miglior department store al mondo, 2016), è stata un po' il «centro ricerca e sviluppo» di un business inedito. Il fashion business di oggi, colonna del made in Italy, deve molto al department store battezzato la Rinascente dal Vate D'Annunzio e passato nel maggio 2011 al moloch thailandese Central Group. Central l'ha rilevato dalla Tamerice (ancora un nome dannunziano), la holding costituita da Investitori Associati e azionisti tra cui i Borletti, che l'aveva a sua volta acquistata nel 2005. La prima scommessa: Nel secondo Dopoguerra, con Apem (Artigianato Produzione Esportazione Milano): «Oltre a mettere in vendita i capi delle maison, la Rinascente ha realizzato e commercializzato con Apem una produzione propria svolgendo così un ruolo di volano per tutto il sistema moda Italia che allora era una Cenerentola rispetto a Parigi», spiega al Corriere Maria Canella, docente di Storia della moda, curatrice con Sandra Bandera della mostra a Palazzo Reale. Non solo, ma è sempre il grande magazzino nato a Milano a far decollare la prima moda pronta italiana, portandola negli Usa. Perché c'erano le sartorie, ma era moda d'élite, non certo un fashion business. E come ora fra H&M con le capsule affidate a Stella McCartney o Versace già nel Dopoguerra la Rinascente chiedeva a Pierre Cardin di disegnare una linea ad hoc. Poi negli anni 60 entrano in gioco Ifi e Mediobanca, complice «la grande crescita dei salari, l'impossibilità di espansione dovuta a leggi restrittive che intendevano tutelare il commercio tradizionale, il mutato scenario competitivo (...)», come spiega lo storico dell'economia, Franco Amatori autore di «Proprietà e direzione. La Rinascente 1917-1969» (E. Angeli). Affari di moda e non solo: perché, ancora, è stata la Rinascente a scommettere sul design. Che ora Milano con il Salone del Mobile ha esportato fino in Cina.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

30 | TEMPI LIBERI

Sabato 27 Maggio 2017 Corriere della Sera

Moda I protagonisti

La mostra Cento anni di storia de la Rinascente (e di stile in Italia)

La Rinascente deve il nome a Gabriele D'Annunzio che lo «inventò» su commissione di Senatore Borletti che aveva rilevato i grandi magazzini dalla famiglia Bocconi nel 1917. E in cento anni il department store che a Milano si affaccia sulle guglie del Duomo ma è presente con le sue vetrine da Torino a Catania, da Genova a Palermo (in tutto 11 store) è stata al centro dell'evoluzione del sistema-moda italiano,



passato dalla tradizionali sartorie di lusso al prêt-à-porter e fino alla stagione d'oro degli stilisti. Per celebrare il giro di boa dei 100 anni Palazzo Reale ha accolto un Gala dinner al quale ha preso parte il fashion set, in occasione dell'inaugurazione della mostra «LR100 la Rinascente. Stories of Innovation» nell'Appartamento del Principe, aperta fino al 24 settembre 2017. Nella foto di Lorenzo Palmieri, una sala. (enrond)



New York L'anticipo di collezione per la prossima estate. Pierpaolo Piccioli: «La nuova cultura nasce in periferia»
Lo sport, l'etnico e il romanticismo i «blocchi narrativi» con cui lo stilista interpreta la contemporaneità

Liberi tutti Valentino scende in strada



Lo stilista
Pierpaolo
Piccioli, 49
anni, direttore
creativo
di Valentino

Diversità che diventano l'unicum. Una visione personale che si fa movimento culturale. Metamorfosi in corso. E non nei luoghi istituzionali, dormienti e polverosi, ma per la strada, nelle periferie, lontano dai centri. È qui che secondo Pierpaolo Piccioli pulsa l'energia, la voglia di cambiamento, la ricerca del nuovo. Stila per questo a New York, epicentro del tutto, la resort di Valentino, assaggio dell'estate 2018. «La collezione

nasce proprio da questa riflessione sulla diversità e sulla complessità della società contemporanea e della ricchezza culturale che c'è. Credo che il mio lavoro sia rappresentare anche i tempi che viviamo. Le città stanno cambiando e con loro i luoghi istituzionali: le nuove energie, le nuove forme di cultura vengono quasi sempre dalle periferie. Lontani dal centro, al contrario di un tempo. Una metamorfosi sull'onda dei flussi migratori. Penso a quelli che un tempo erano i luoghi non deputati alla cultura, agli anni 70 e al Bronx e alla nascita dell'hip-hop», spiega tutto d'un fiato eccitato da una città che oggi più che mai «difende con energia e per nulla rassegnata i diritti acquisiti».

Così questa collezione è l'espressione di un bisogno forte di libertà di esprimersi. Ecco più blocchi narrativi dunque per raccontarla.



Sette donne (forti, coraggiose, **napoletane**) per sette t-shirt
Dalla pittrice Annella a Maria Puteolana: la collezione dell'artista «Roxy in the box» per Silvan Heach

Portare in strada, attraverso magliette «parlanti», il messaggio, l'esempio di donne napoletane forti, protagoniste del loro tempo, dal 1300 ad oggi. Come Maria Puteolana, amata da Francesco Petrarca, che per difendere la sua Pozzuoli dai pirati saraceni, indossava la corazzina al posto dei gioielli o Eleonora De Fonseca Pimentel, in prima fila nella costituzione della Repubblica napoletana del 1799 fino a Rita Rossa, cantante femminista e antifascista che nei primi del Novecento andava in scena in abiti maschili molto prima di Marlene Dietrich e a New York cantò un brano contro l'ingiusta condanna degli anarchici Sacco e



Pop artist Rosario Bosso, in arte Roxy in the box

Vanzetti. E infine Annella, pittrice del '600 vittima di femminicidi.
Nasce da una collaborazione tra il marchio partenopeo Silvan Heach e la pop artist napoletana Rosario Bosso, in arte «Roxy in the box», una capsule di sette t-shirt (in edizione limitata, 100 capi per ogni versione) dedicate ad altrettante protagoniste della storia napoletana. «Abbiamo realizzato il progetto in tre mesi — racconta l'artista — e lo abbiamo chiamato The other side of the T-Pop, così chiamiamo le magliette che creo, perché al loro interno è stampata una mini biografia di ogni personaggio. Mi piace immaginare che anche chi non le indossa,

ma le stirava, come una mamma o una collaboratrice domestica, possa conoscere il grande coraggio di Maddalena Cerasuolo durante le quattro giornate di Napoli o la storia di Elvira Coda Notari, fondatrice, nel 1908, della Dora film, la prima casa cinematografica d'Italia.
La street art di Roxy (a cui s'ispira la settema t-shirt), conta tra i suoi fan anche Stefano Gabbana e come le sue magliette, vuole parlare alla gente: «Viviamo in un momento in cui le donne hanno bisogno



Edizione limitata
Una delle sette
t-shirt disegnate
da Roxy in the
box per
Silvan Heach

di esempi forti, carismatici, altre donne che hanno lottato per difendere i loro diritti — spiega Mena Marano, ad di Silvan Heach — il tempo le ha un po' dimenticate e noi vogliamo ricordarle sostenendo anche l'arte e la cultura che le hanno accompagnate». È presto questo format potrebbe essere «esportato» in altri territori: «Parlare di donne che hanno portato avanti i loro sogni è un messaggio forte che può essere replicato in altre città — conclude Manno — e in due giorni abbiamo visto che cento t-shirt per ognuna di loro non bastano. Le raddoppiaremo, come minimo».

Flavia Fiorentino
@IRRISOLUZIONE_NAPOLITANA



GIUSTIZIA DEI TAR

Tante parole sono state spese sui Tar, forse sarebbe opportuno giudicare sui rapporti fra benefici e costi della giustizia amministrativa. Perché in attesa della riforma sui Tar, non ritornare alla formula già esistente sino a qualche decennio fa, della Giunta provinciale amministrativa, il cui giudizio veniva espresso sia sulla legittimità che sul merito delle questioni proposte?

Nicodemo Settembrini

ENEL

Precisazione sulla bolletta

Desideriamo fornire alcune precisazioni sulla bolletta elettrica, che comprende varie voci di spesa: alcune variabili, legate ai consumi, altre fisse. La prima riguarda la relazione del contatore, stabilite periodicamente dall'Autorità per l'Energia (Aeegs), sono prevalentemente fisse, presenti anche nei contratti "tariffati speciali". Gli oneri di sistema non sono una remunerazione per Enel, ma servono a coprire costi per attività di interesse generale, come la ricerca e lo sviluppo di rinnovabili. Le componenti relative al contatore coprono i costi per la realizzazione e la gestione delle reti e per la manutenzione ordinaria. Dal 1° gennaio, nell'ambito della riforma approvata dall'Aeegs, è stata abolita la struttura tariffaria che prevedeva prezzi diversi per crescere dei consumi. Per i clienti domestici non residenti è stato introdotto un aumento delle componenti fisse. Siamo a disposizione per ulteriori chiarimenti attraverso:

Numero Verde 800960181
SogooSoft (Enel Energia) e SogooSoft (Servizio Elettrico Nazionale). I siti
www.enelenergia.it
www.servizioeletttronazionale.it.

Ufficio Stampa Enel

Risponde Luciano Fontana

UNA RAI IN MANO AI PARTITI NON SERVE A NESSUNO



Caro direttore,
dopo l'ennesima diatriba sulla direzione generale della Rai, sorge immediatamente una domanda: ma a chi serve una televisione di Stato controllata dai partiti? Così come non c'è un giornale di Stato, penso che si possa tranquillamente fare a meno di una televisione di Stato! Finirebbero in questo modo tutte le diatribe tra partiti per il controllo dell'informazione televisiva e il pubblico finalmente potrà godersi i canali che preferisce!

Giovanni Ferrari
Milano

Caro signor Ferrari,
Una televisione di Stato, totalmente controllata dai partiti, non serve proprio a nessuno. Anche perché il cambio continuo di governi e maggioranze, e dunque dei referenti politici della Rai, espone l'azienda a tensioni costanti. Troppo tempo perso a interpretare le indicazioni e gli umori del potente di turno, sprestando energie utili alla progettazione di buoni programmi e alla realizzazione di buone informazioni.

La Rai è dimostrata nella sua storia (e in parte anche oggi) di avere risorse professionali importanti, di sapere, quando può, fare bene il suo mestiere.

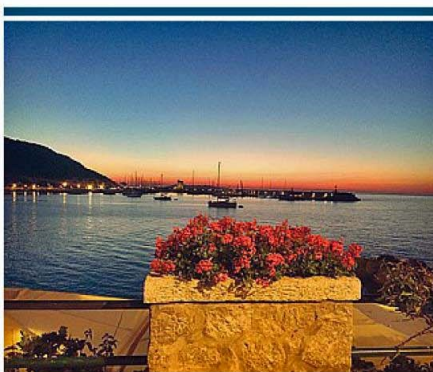
Personalmente, come cittadino, sono disponibile a pagare un giusto canone se in cam-

bio ho un'informazione indipendente e di qualità, programmi che non inseguano a ogni costo gli indici d'ascolto e il mercato pubblicitario, produzioni innovative. La Rai dovrebbe darci qualcosa di diverso dalle tv commerciali, oggi lo fa solo in parte.

Esistono tanti modelli di tv pubblica, con un controllo indipendente, utili a definire una nuova stagione. Ho purtroppo sfiducia nel fatto che i partiti molleranno la presa. C'è sempre qualche interesse e qualche elezione in arrivo che conta di più di un servizio pubblico al Paese.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Le lettere a **Luciano Fontana** vanno inviate a questo indirizzo di posta elettronica:
scrivildirettore@corriere.it



«Tramonto a Marciana Marina, Isola d'Elba». La foto ci è stata inviata da Pinuccia Cademartori.

(Inviare le foto, ovviamente scattate da voi, a questi indirizzi: lettere@corriere.it e su Instagram [@corriere](https://www.instagram.com/corriere))

SELFIE SUI TRAGHETTI

A Venezia sul vaporetto si sta tutti scomodi. I turisti non guardano la meraviglia dei palazzi lungo il Canal Grande: devono fotografare e farsi selfie. Perciò (la cabina è vuota) sono tutti impalcati come stoccafissi sul ponte a bloccare lo sbarco e l'arrivo dei turisti. I piloti non insulti, ma non glielene importa: fotografano. Che poi è l'unica vera ragione per venire a Venezia. Suggerisco di creare un vaporetto-zattera senza pareti e senza tetto, un vero e proprio set fotografico galleggiante. **Photo Boat** - verrebbe allora fotografanti le (per loro) inutili fermate ai pontili ed offrirebbe su tutti i quattro lati (i piloti sopraelevati) infinite occasioni di fotografare e fotografarsi senza l'imbarazzante presenza di turisti e fotografi. E si studia ancora che il vaporetto sia un mezzo di trasporto.

Franco Bellino, Venezia

INTERVENTI E REPLICHE

Aldo Borletti e il suo ruolo nella Rinascente

Ho letto recentemente sul *Corriere* l'articolo dedicato alle mostre di Milano e Chiasso in occasione dei 100 anni della Rinascente, al quale vorrei aggiungere alcune mie considerazioni personali. La storia di un'azienda coincide in questo caso anche con quella di una famiglia che ha certamente contribuito con il proprio impegno e anche con il proprio talento, come dimostrano le molteplici attività di mio nonno Senatore, a costruire un Paese moderno e vitale dal punto di vista imprenditoriale. Desidero in questa occasione ricordare il ruolo di mio padre, Aldo Borletti, Medaglia d'argento e di mio nonno, Ugo Borletti, Medaglia d'oro alla guerra civile, che furono i due successi che partigiano mi ha fatto conoscere, entrò in Rinascente nel 1946 e ne divenne Presidente nel 1957. Nel decennio che seguì, le figlie della Rinascente passarono da 4 a

7, i magazzini Upim da 58 a 110 e le vendite da 54 miliardi al 160 del 1967, un anno della sua improvvisa morte: dati questi che indicano un grande e florido periodo di espansione. Desidero anche sottolineare che durante la sua Presidenza egli dette una straordinaria forza propulsiva alla creatività nel campo del design e della moda: il Compasso d'Oro, nato da un'idea di Gio Ponti nel 1954 e da mio padre fortemente sostenuta, divenne sempre di più quello straordinario incubatore di idee e di creatività che tanto ha dato al riconoscimento anche internazionale del design italiano. Suo, infine, fu anche l'idea di aprire la Rinascente al mondo con delle iniziative che portarono la Cina o l'India sui banchi della sede di Piazza Duomo, avvicinando i milanesi ai Paesi fino ad allora pressoché sconosciuti.

Ilaria Borletti Buitoni

Il diritto all'oblio di Ivana Cucco

Il diritto all'oblio di Ivana Cucco
Scrivo in nome e per conto della dottoressa Ivana Cucco, in

riferimento all'articolo «All'Asl di Novara l'ex brigatista promossa dirigente sanitario» pubblicato sul *Corriere* del 18 marzo. Occorre infatti precisare che:

1) la dottoressa Cucco non è mai stata condannata per rapina. 2) Con riferimento al «primo arresto» non è affatto vero che la dottoressa Cucco venne subito rilasciata; venne assolta dopo un anno e mezzo di carcerazione preventiva. 3) Non si fa alcun riferimento al fatto che la pena in seguito inflitta alla dottoressa Cucco dalla Corte di Cassazione per reato associativo venne ridotta a due anni a seguito di dissociazione. 4) La dottoressa Cucco non ha partecipato a un concorso interno, bensì pubblico. Ritengo che sia stato violato da parte vostra il c.d. «diritto di cronaca» in quanto, senza alcun interesse pubblico, è inutile per raccontare i risvolti «vicende» della vita della dottoressa Cucco. E' stata quindi commessa da parte del *Corriere* una violazione del diritto alla riservatezza.

Avv. Fabio Rubagotti

CORRIERE DELLA SERA

DEL LUNEDÌ

DIRETTORE RESPONSABILE
Luciano Fontana
VICE-DIRETTORE VICARIO
Barbara Stefanelli

VICE-DIRETTORE
Daniele Manca
Antonio Polito (ROMA)
Venanzio Postiglione
Giampaolo Tucci

7 - SETTE
Benedo Severgnini



CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE
AMMINISTRATORE DELEGATO
elli, Carlo Cimbri,
Imonte, Diego Della Valle,
Gaetano Micciché,
cciolli, Marco Pomignoli,
tacchi, Marco Tronchetti Provera
RALE NEWS
mpieri

ICS MEDIA GROUP S.p.A.
Sede legale: Via Angelo Rizzoli, 8 - Milano
Registrazione Tribunale di Milano n. 5825 del 3 febbraio 1978
Responsabile del trattamento dei dati (D. lgs. 97/2003): Luciano
privacy.consenzi@ics.it - fax 02.490.801
© 2017 COPYRIGHT ICS MEDIA GROUP S.p.A.
Tutti i diritti sono riservati. Nessuna parte di questo quotidiano può
riprodursi con mezzi grafici, meccanici, elettronici o digitali. Ogni
violazione sarà perseguita a norma di legge.
DIREZIONE, REDAZIONE E TIPOGRAFIA
20121 Milano - Via Solferino, 28 - Tel. 02.67261

DISTRIBUZIONE media Distribuzione Media S.p.A.
Via Caramigna, 39 - 20132 Milano - Tel. 02-2582.1

PUBBLICITÀ
RCS MediaGroup S.p.A. - Dir. Pubblicità
Via Rizzoli, 8 - 20132 Milano - Tel. 02-25848543
www.rcspubblicita.it

EMIZIONI TELETRASMISSIONE: RCS Produzioni Milano S.p.A. 20090 Pesanno con Borgomaro - Via R. Luxemburg, 12 tel. 02-6984.8226 - RCS Produzioni S.p.A. 00079 Roma - Via R. Luxemburg, 12 tel. 06-68.98.290 - RCS Produzioni S.p.A. 20129 Bergamo - Via Corso Saffi, 1 tel. 045-87.00.00 - Telegrafica SEINT Service Editoriali S.r.l. 71020 Modugno (Bari) - Via della Ochechia, 12/L tel. 080-58.92.09 - Società Telegrafica Siciliana S.p.A. 95030 Catania - Strada 91 n. 35 tel. 095-59.63.03 - L'Unione Sarda S.p.A. Centro stampa 09104 Olmas (Cagliari) - Via Ormideo, 5 tel. 070-60.63.3 - REA printing 87 rue du Bisquet - 10600 Nivelles (Belgium) - CTC Cosulich Agenzia di Alerna n. 2 - 26890 Cosulich (Maddalena) - Spogno - Miller Distributor Limited Miller House, Airport Way, Tarsien Road - Luqa LQA 834 - Malta - Helmholtz Distribution Agency (CT) Ltd 208 Isomni Krasifodis Avenue, Latsia - 20000 Nicotia - Cyprus

PREZZI: *Non acquistabili separati, il giovedì Corriere della Sera + 7 € 2,90 (Corriere € 1,50 + 7 € 0,50); il sabato Corriere della Sera + l'Espresso € 2,90 (Corriere € 1,50 + l'Espresso € 0,50). A Como e prov., non acquistabili separati: m/m/v/d Corsera + Cor. Como € 1,30 + € 0,30; d/o. Corsera + 7 + Cor. Como € 1,30 + € 0,50 + € 0,30; sub. Corsera + l'Espresso € 1,30 + € 0,30.

[illegible]

ISSN 020-4982 - Certificato ADS n. 8306 del 3-2-2007

PREZZI DI VENDITA ALL'ESTERO: Austria e 2,30; Belgio e 2,30; CH Fr. 3,00; Cipro e 2,30; Croazia Hrk 17; CZ Cor. 64; Francia e 2,30; Germania e 2,30; Grecia e 2,50; Lus e 2,30; Malt e 2,30; Monaco* e 2,30; Olanda e 2,30; Portogallo/Isola e 2,50; SK Slov. e 2,30; Slovenia e 2,30; Spagna/Isola e 2,50; UK e 1,50; Ungheria Huf. 700.

IL RITORNO

Banana bag
contro
baguette

TERESA SERRAO

BANANA contro baguette. Non è una sfida alimentare ma una battaglia a colpi di borsette. Lanciata negli anni Novanta da Gucci, il borsellino con la forma del frutto esotico, chiamata anche bumbag (marsupio o tascapane le traduzioni più accettabili), è tornata prepotentemente alla moda nelle strade delle capitali più in. E c'è da giurare che presto soppianderà l'altra piccola tra le borse, la baguette appunto.



In realtà c'era da aspettarsi vista l'origine lontana della borsetta dalla lunga cintura che risale addirittura al 1400 quando veniva chiamata "chatelaine" e pendeva come un monile. Quella attuale risale agli anni Sessanta, inventata da un'australiana, Melba Stone. Accessorio unisex, è declinato in moltissime varianti di tessuto e di colore. La utilizzano i marchi sportivi, essenziale per tenere le proprie cose mentre si

cammina o si corre. Ma nessun brand sembra poterne fare a meno. E tantomeno i ragazzi alla moda. Comparsa Carrie in *Sex and the City*. Dentro c'è il piccolo mondo necessario per ciascuna esigenza: dal rossetto al denaro. Le attuali varianti in passerella mostrano la mini bag attaccata come una cinta, messa intorno al torace a mo' di pistola o anche sulla pelle lasciata nuda dal top con una vena di malizia.

L'ESPRESSO/STUDIO BOUTIQUE



AERIE

SWIMSUITS FOR ALL
by Ashley Graham

YANAMAY

dedicate (la top Ashley Graham su questo sta costruendo un impero), e poi è arrivato l'allargamento del concetto a tutte le taglie a prescindere dalle dimensioni, con la diffusione a macchia d'olio della filosofia della "body positivity", vale a dire del "siete belle così come siete". A volerla guardare con un pizzico di cinismo non è altro che l'ennesima trovata commerciale. Nessun dubbio in proposito, ma comunque ben venga: stavolta è davvero una buona idea.

L'ESPRESSO/STUDIO BOUTIQUE



MAX MARA



ROBYN LAWLEY SWIM

La Rinascente
cent'anni
di shopping

SILVIA LUPERINI

CI VOLEVA UN POETA come Gabriele D'Annunzio per battezzare il primo grande magazzino italiano: la Rinascente. Creata nel 1865 dai fratelli Ferdinando e Luigi Bocconi, è risorta più volte nel suo secolo e mezzo di vita: da un incendio, dai bombardamenti, dalle crisi economiche, dai passaggi di proprietà. Ora la mostra *Rinascente: stories of innovation* al palazzo Reale di Milano dal 23 maggio, festeggia 100 anni dall'invenzione di quel termine letterario. E di quell'idea imprenditoriale (ispirata al "bon marché" francese) destinata a cambiare il commercio moltiplicando i desideri della media e dell'alta borghesia. Le merci, esibite con il loro cartellino a prezzo fisso, non sono più riposte nelle scatole ma esposte su scaffali per essere guardate, toccate, provate in spazi flessibili e luminosi. Un palcoscenico spettacolare che segna l'inizio della società dei consumi e dello store come intrattenimento.

Capace di suscitare stupore e superlativi meravigliati, la Rinascente guidata dal binomio Borletti-Brustio è stata un esempio di conduzione illuminata. «Chiamò a collaborare designer, art director, grafici, fotografi inventando un modo nuovo di comunicare», spiega Maria Canella, docente di Storia della moda alla Statale di Milano. Ne sono un esempio i manifesti in stile Liberty di Marcello Dudovich, il monogramma "1 R" progettato da Max Huber e, più tardi, le fotografie di Oliviero Toscani o di William Klein. Senza contare il talento, fra tanti, di Albe Steiner, Bruno Munari, Serge Libis, Italo Lupi e Ugo Mulas. «Oggi la fiera del bianco sembra una banalità» - dice Canella - «eppure quella trovata fu un trionfo». Come l'accensione della prima lampadina elettrica, le scale mobili, l'istituzione del premio il Compasso d'oro, gli hot pants, le minigonne e l'intimo sexy.

Se la tv ha contribuito ad alfabetizzare gli italiani, la Rinascente - scriveva Irene Brin nel '61 - ha permesso alle ragazze dei paesi che "scendevano in bicicletta fino alla città di vestirsi con garbo". Un buon gusto interpretato dalle commesse che diventano così un esempio "per le madri di famiglia". «La commessa non può dimenticare mai di truccarsi gli occhi e di mettere il rossetto - si legge nelle Cronache della Rinascente-Upim del '68 - deluderebbe troppo chi è abituato a vedere in lei un certo modello femminile».

Nella lunga lista dei futuri famosi dello stile, transiti dagli uffici tra piazza del Duomo e Galleria, ci sono stati anche Ottavio e Rostia Missoni. Nel '58 misero in vetrina la loro collezione di abiti in maglia su manichini bendati tra i commenti di un passante: "Poeur tousan, per fortuna che g'han bendaa i oeucc... se se vedevann" (Poverette, per fortuna le hanno bendate... se si vedessero). E invece andò subito esaurita. A causa della Rinascente, Pierre Cardin, star in Francia, fu espulso dalla Camera nazionale e bollato come "socialista della moda". L'atto eversivo? Aver accettato di creare una linea accessibile per il megastore italiano. «Se non fossi passato lì per caso, forse oggi la mia vita sarebbe diversa», racconta l'architetto Mario Bellini: «È stato un banco di prova importante in quegli anni in cui nasceva il mobile fatto in serie. I pilastri di quel mondo che si chiamava stan-



L'ALBUM
Dell'alto, in senso orario, "L'incendio consiglia", catalogo del '52 di Max Huber; manifesto "W l'estate" del '65, di Salvatore Gregorietti e Serge Libis; una vetrina per il Salone del Mobile 2017; abito in maglia di lana di Ottavio e Rostia Missoni, "Milano Sympathy", del '58

dard, che oggi si definisce di design, e domani chissà...». Nel 2009, mobili e oggetti da Achille Castiglioni a Rem Koolhaas, sono lanciati nel primo supermercato del design, nel 2011 diventa thailandese fino alla consacrazione a Zurigo nel 2016 quando viene eletta The Best Department Store, davanti a Bloomingdale e Selfridges. Straniera, ma con management italiano, la Rinascente resta un'icona del made in Italy e una delle maggiori attrazioni turistiche del paese, senza contare l'inaugurazione, in autunno, della sede in via del Tritone a Roma. All'interno ci sarà persino un parco archeologico. Chi l'ha detto che la grandeur è solo dei francesi?



Un secolo fa
Gabriele
D'Annunzio
diede il nome
al primo grande
magazzino
italiano. A Milano
una mostra
celebra
uno dei simboli
del made in Italy



L'ESPRESSO/STUDIO BOUTIQUE

moda 24

Il Sole
24 ORE
www.moda24.ilssole24ore.com
n. 131 | Venerdì 19 Maggio 2017

Retail + Web
Il gruppo Chalhoub dirotta il lusso online

MARTA CASADEI PAG. 14



Industria + Finanza
Carlo Pignatelli «sarto» di cerimonia

GIULIA CRIVELLI PAG. 15



Beauty + Benessere
Alfaparf accelera l'espansione all'estero

MARIKA GERVASIO PAG. 16



INTERVISTA

Rinascente case history «globale»

Il nuovo ad Cocchini: «Il 2017 è strategico per l'apertura a Roma e la mostra a Milano»

di Giulia Crivelli

● Difficile immaginare un anno tanto importante come il 2017 per La Rinascente. Due mostre celebrano i cento anni del grande magazzino, come si diceva una volta, più famoso in Italia. Poi Gabriele D'Annunzio a scioglimento del re, nel 1917, quando era all'apice del successo. Ed è probabilmente l'unico caso al mondo di un grande magazzino che ha poi un lato pop, portemoneta, di D'Annunzio, che lo portò anche a inventare la parola tramandata, da usarsi al posto dell'inglese sandwich, e a convincere Giovanni Agnelli senior che automobile doveva essere di genere femminile. Domani si apre al museo ma a chi Chiasio? La Rinascente sono di creatività d'impresa, attraverso la grafica, mentre da giovedì prossimo Palazzo Reale, il più prestigioso degli spazi espositivi del Comune di Milano, ospiterà "Rinascente, storie di innovation".

Le due mostre verranno aperte fino al 4 settembre, ma non è tutto. In settembre verrà inaugurata la nuova Rinascente di Roma, in via del Tritone, che per dimensioni e location (mille le persone che ci lavoreranno) farà crescere molto i ricavi del gruppo e stabilirà un ulteriore legame tra presente e passato. Il ritrovamento di un acquedotto inaugurato nel 1901 a Crisio ha riaperto l'apertura di due anni, ma renderà La Rinascente Roma «l'unico department store al mondo con il museo archeologico annesso», sottolinea il nuovo ad Pierluigi Cocchini.

La Rinascente Duomo cresce ininterrottamente da oltre dieci anni. Roma replica le molte novità introdotte a Milano e negli altri punti vendita italiani.

Sarà impossibile, come Milano. Otto piani per una superficie di quasi 5 mila metri quadrati. L'area sarà divisa in due parti: la prima su Duomo, quella di Roma sarà ancora più spettacolare, perché offre un panorama che si apre fino in fondo delimitato come

Roma caput mundi del fascismo «tutela eterna di portone a Roma». Impossibile descriverla a vista e godersi, anche grazie all'annesso ristorante. D'Annunzio, via del Tritone non sarà la copia di Milano. La Rinascente è una «collezione» di negozi uniti, non una catena. Come è andato il 2016 e come va il 2017? Per Milano non c'è stato alcun rallentamento rispetto al 2016, che grazie ad Expo aveva chiuso con numeri eccezionali. L'abito di gruppo, negli undici negozi, le vendite sono state oltre dei 200 milioni. Milano da sola ha chiuso 300 milioni (erano 300 nel 2016) e per il 2017 prevediamo un +5/6%. Cresce inoltre lo scontro medio (4,5) e lo shopping tax free (-25%), grazie ai clienti, ma anche al ritorno dei russi. La resa al metro quadro in Duomo supera i 10 mila euro, un record europeo. Anzi, un benchmark.

In un decennio La Rinascente è radicalmente cambiata e cresciuta. Negli Stati Uniti, dove i department store sono nati, i grandi nomi sono in crisi. Come lo shopping. Sono molti i motivi di turn around di successo. Nel nostro caso c'è stata la visione di Vittorio Radice, amministratore delegato dal 2005 al 2011 e oggi vicepresidente, e del mio predecessore Alberto Baldan. Cruciale poi volentieri di guardare alla crescita di medio-lungo termine dimostrata dagli investitori che rilevano La Rinascente nel 2005 e ora dal gruppo olandese Central Retail, proprietario dal 2011. Oltre che collezione di negozi uniti vogliamo essere una «house of brands», agguistando continuamente il mix di marchi e adeguando gli spazi alle esigenze e richieste dei clienti, italiani e non.

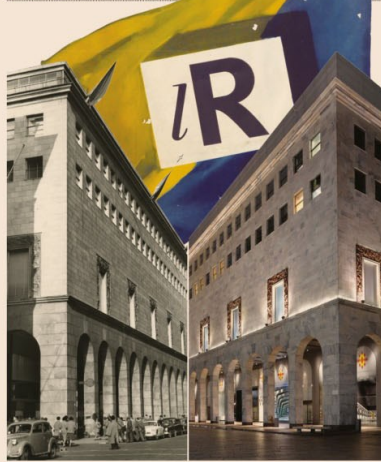
A differenza dei colossi Usa, dove puntano poco sull'e-commerce. Perché? Non abbiamo mai ceduto di poter trasferire online l'offerta fisica dei negozi. Stiamo invece per presentare un servizio on demand, una sorta di catalogo 2.0 il cliente può scegliere e noi consegnare dove vuole, in un punto vendita, a casa, in albergo.

Altri progetti per il 2017?

Accogliendo l'invito del sindaco Beppe Salarello di fare della moda che fa capo al ministero per lo Sviluppo economico, per la fashion week di Milano di settembre co-organizzeremo eventi e allestiremo location in tutta la città. Il modello è la settimana del design, che per i milioni è una festa. Non solo, dovrebbe percepire il mondo delle sfilate come chiuso e autoreferenziale.



Tra passato e futuro. Qui sopra, due immagini promozionali della storia di La Rinascente. A sinistra, una del 1966, inclusa nella mostra "100.000 Rinascente stories di innovation", che sarà ospitata al Palazzo Reale di Milano dal 24 maggio al 24 settembre. A destra, una bandiera del 1963 tra quelle scelte per la mostra "La Rinascente, 100 anni di creatività d'impresa attraverso la grafica", che si apre domani al m.a.s. museo di Chiasio e resterà aperta a sua volta fino al 24 settembre. Qui accanto, l'ad della Rinascente Pierluigi Cocchini in basso, a sinistra, l'edificio che ospita La Rinascente Duomo in un'immagine degli anni 60 in una foto scattata di recente



DANIMARCA E GERMANIA

La formula per Illum e KaDeWe



Simbolo, la facciata del KaDeWe di Berlino

● Nonostante il proverbiale pigramismo, che è sempre stato un forte choc per i tedeschi e in particolare per i berlinesi la vendita, nel giugno 2015, della maggioranza del gruppo KaDeWe alla società olandese Central Retail Corporation (Crc), che dal 2011 controlla anche La Rinascente. Partiamo dal nome, abbreviazione di Kaufhaus des Westens, il negozio dell'Ovest. Il KaDeWe fu fondato nel 1897 e il poco popolare si indicava «la parte della città in cui si trovava. Ma quando, nel 1963, Berlino fu divisa dal muro, il nome e in particolare la parola ovest assunsero un nuovo significato: il department store - cresciuto fino a occupare 60 mila metri quadrati e sette piani di un maestoso edificio in parte ricostruito dopo i bombardamenti della seconda guerra mondiale - divenne il simbolo della potenza economica della Germania dell'Ovest e, forse, dell'intero modello economico occidentale, ripulito dalla Germania dell'est.

A meno di due anni dall'acquisizione, il KaDeWe Berlino è già il più grande department store del gruppo, che si trovano a Monaco e ad Amburgo, sono stati riprodotti verso l'alto, proprio come era accaduto con La Rinascente e con Illum, storico department store di Copenhagen, acquistato dal gruppo olandese nel 2013. L'acquisizione è ancora in corso, ma in Germania sta in Danimarca, come ha spiegato il 27 aprile Stefano Della Valle, coo di Crc per l'Europa, intervenendo al Master Executive in Luxury Management del Sole24Ore (si veda anche Modat24 del 28 aprile). L'idea creata una «collezione» di department store europei ogni città, da Milano a Roma dove La Rinascente ha la presenza più importante a Berlino e Copenhagen, ha bisogno di una formula su misura. Sono diversi infatti sia i clienti locali sia i flussi turistici. L'obiettivo però lo stesso per tutti è quello che raggiunse in Italia: un'ebbia del '18, e una resa media per metro quadro di circa 20 mila euro. Fa piacere sottolineare che per raggiungere quest'obiettivo il Central Retail dal modello italiano si sia affidato a manager italiani. Il turn around della Rinascente era iniziato nel 2005 con la nomina di Vittorio Radice amministratore delegato, portò avanti l'area di Alberto Baldan, che ha poi passato il testimone a Pierluigi Cocchini nel 2017.

ONLINE

www.moda24.ilssole24ore.com



Il Luxury Summit al Sole 24 Ore

Torna il Luxury Summit del Sole 24 Ore, arrivato alla nona edizione, pensato per monitorare le trasformazioni digitali e le alleanze del sistema moda-lusso. La due giorni, il 24 e 25 maggio in via Montenapoleone 91 a Milano, sarà un'occasione di confronto tra protagonisti e decision maker sui cambiamenti in corso nel mercato dell'alta gamma. Per informazioni: <http://event.balcas.com/summit2017>



Museo Ferragamo celebra il «ritorno»

Nel 1927 Salvatore Ferragamo fece ritorno dagli Stati Uniti dove era emigrato l'anno 15 anni prima - in Italia su transatlantico "Roma" - al rientro era in prima classe, accompagnato dalla fama. "Calzolino delle stelle" con cui non a Hollywood. Il viaggio sull'atlante che lo riportò in patria fu il conduttore della mostra "1927 - Il ritorno in Italia" da oggi fino al 25 maggio 2018 al Museo Salvatore Ferragamo di Firenze per celebrare 90 anni dall'avvenimento.

Social network

Seguici anche sui nostri account Facebook, Twitter e Instagram: @24moda e @24moda2

Redazione Moda24

REDAZIONE RESPONSABILE: Guido Cerretti
VICE REDATTORE: Edoardo De Biasi (vicino), Alberto Cusi, Salvatore Padula, Alessandro Piatelli

WEB REDATTORE: Francesca Padula (vicino)

REDAZIONE: Giulia Crivelli (vicino) editore e vice

Chiara Bagnoli

Mariaka Gervasio

PRODOTTO GRAFICO: Antonino Bilius

Meet the leaders, share the experience

ANNUAL CONFERENCE

9° Luxury Summit

Milano, 24 e 25 maggio 2017

Via Monte Rosa, 91

#Luxury2017

Il lusso tra innovazione e nuove alleanze

Luxury beauty

Relatori

Beppe Angiolini Super
Nicola Bargi Save the Duck
Frederik Brækzand Zaidoo Premium
Carlo Capasa CSM
Marta Casadei Moda24 Il Sole 24 Ore

Relatori

Eleonora Casarotti Aerta
Maurizio Castello KPMG
Davide Consiglio The Boston Consulting Group
Giulia Crivelli Moda24 Il Sole 24 Ore
Mario Davelli CEGID
Luca Delgado Salto
Mario Dell'Olio Camera Italiana Buyer Moda
Pascal Houllien Cegid

Relatori

Leonardo Maisano Il Sole 24 Ore
Claudio Marzani SMI - Confindustria Moda
Giorgia Martone ICF Cosmetics e Hotel Magna
Pars Suites Milano
Francesca Padula Moda24 Il Sole 24 Ore
Valerio Pirego Facebook
Nicola Pionon The Boston Consulting Group
Nicoletta Polia Mattioli How to Spend It Italia

Relatori

Fabio Rossello Cosmetics Italia
Roberto Serafini L'Oréal Luxe Italia
Giannina Tonello UNIVI Perfumes e Cosmetics
Marco Valsania Il Sole 24 Ore
Anna Vizzi Aerta Investigation Consulting
Enrico Zannini Cosmoprog Worldwide Bologna
Giancarlo Zinesi Sisley Italia
Simone Zucca Google Italia

BOG

Cegid

KPMG

AXERTA

SOCIOTRON

PUREPERFORMANCE

MAGNEWS

LAVATIA

How to Spend It

Luxury24.it

MODA 24

La partecipazione all'evento è gratuita sino ad esaurimento posti. | Programma aggiornato e iscrizioni: event.ilssole24ore.com/luxury2017

Service Client
Tel. 02 3025 0022
Fax 02 3025 3416
info@formazione.moda24ore.com

GRUPPO 24 ORE

Il Sole 24 Ore Business School ed Eventi
Milano - Via Monte Rosa, 91
Milano - Via Torretta, 12 - Modulo Accoglienza
Roma - Piazza dell'Indipendenza, 21 - Sala 104
PADOVA - Via dell'Indipendenza, 21 - Sala 104

MF fashion il primo quotidiano della moda e del lusso Anno XXIX n. 099 - € 0,50 Direttore ed editore Paolo Panerai 23.05.17

**ONLINE SU MFFASHION.COM
TUTTE LE GALLERY FOTOGRAFICHE
DALLE COLLEZIONI READY TO WEAR
DONNA FALL-WINTER 2017/18**



**La Rinascente a 100 anni
si regala un mega store a Roma**

Una mostra a Palazzo Reale a Milano, in scena da domani fino al 24 settembre, ripercorrerà la storia del department store lombardo controllato da Crc-Central retail corporation, che nel 2016 ha realizzato ricavi per 350 milioni di euro. «Il 2017 sarà un anno fondamentale perché coinciderà con l'inaugurazione, in settembre, dello store di via del Tritone, costato in totale circa 200 milioni», ha spiegato Stefano Della Valle, cfo de la Rinascente e coo Europe di Crc

Cento anni de la Rinascente. Cento anni di storia d'Italia, di evoluzione del costume e di innovazione, che si proiettano verso un futuro caratterizzato da grandi investimenti finalizzati a scrivere pagine altrettanto rosee. Quest'anno, il grande magazzino, o department store come è abitudine chiamarlo oggi, milanese celebra i cento anni del suo nome, ideato da Gabriele D'Annunzio su commissione di Senatore Borletti, che acquistò gli spazi allora Bocconi nel 1917, promuovendone la rinascita. Per celebrare l'evento, il Comune di Milano, Palazzo Reale e i vertici de la Rinascente, passata nel 2011 sotto l'ala del gruppo thailandese Crc-Central retail corporation, hanno promosso la mostra «dR100 - Rinascente Stories of innovation», che sarà visitabile nello storico palazzo milanese da domani fino al 24 settembre. Obiettivo dell'exhibition, il cui progetto scientifico è stato cu-

rato da Sandrina Bandera e Maria Canella e il cui concept è affidato a OMA/AMO, sarà quella di mettere in luce come la Rinascente sia stata motore di modernità e innovazione, attraverso un percorso fatto di immagini, oggetti, eventi e persone che hanno segnato questi 100 anni di storia. Anni raccontati attraverso le parole del professore Franco Amatori, uno

continua a pag. 11

Italia Independent, ok a nuovi prestiti

Il cda di **Italia Independent** ha deliberato la possibilità di emettere, entro il prossimo 31 dicembre, uno o più prestiti obbligazionari, per un ammontare complessivo non superiore a 5 milioni di euro al tasso di interesse del 7% sotto forma di collocamenti privati. Come conseguenza della decisione, la società quotata sull'**Aim Italia** e guidata dal ceo **Giovanni Carlini**, valuterà le opportunità offerte, determinando scadenze e ammontare delle eventuali emissioni. Il marchio di eyewear e lifestyle fondato da **Lapo Elkann**, che detiene oltre il 63% delle quote affiancato dal fratello **John Elkann**, ha archiviato l'esercizio fiscale 2016 con un giro d'affari per 27,7 milioni di euro, in calo del 30,1% rispetto all'anno precedente; il margine lordo ha invece registrato un ribasso del 33,7% per 18,75 milioni di euro. Per quanto riguarda la marginalità, nei 12 mesi la società è passata a -8,3 milioni di euro (vedere **MFF** del 9 maggio).

AA dice addio all'Italia

AA-American apparel dice addio al mercato italiano. Dopo le chiusure di via dei Serpenti a Roma e piazza Rucellai a Firenze, infatti, il marchio di activewear statunitense fondato da **Dov Charney** nel 1998 cesserà la sua attività anche a Milano, dove dal 2007 era presente con un monomarca al civico 22 di corso di Porta Ticinese. Le chiusure sul territorio italiano ed europeo non sono altro che la conseguenza del cambio di proprietà che ha coinvolto il brand negli scorsi mesi, passato nelle mani della canadese **Gildan** per 88 milioni di dollari (circa 78,3 milioni di euro al cambio di ieri).

segue da pag. I

dei massimi conoscitori de **la Rinascente**, in un catalogo edito da **Skira**, che ha percorso l'evoluzione del department store anche dal punto di vista finanziario fino all'attuale gestione. «Come negli anni Trenta, la Rinascente sembra aver trovato nel 2016 il giusto equilibrio fra una stabile proprietà, capace di assecondare nuove prospettive di investimento e sviluppo, un management con adeguate esperienze internazionali e una giusta strategia, che ha portato a scorporare i grandi magazzini da quello che storicamente era il suo gruppo», ha scritto Amatori sottolineando come, non a caso: «In occasione del **Global department store summit 2016**, organizzato a Zurigo da **Igds Intercontinental group of department stores**, la Rinascente di Milano è stata giudicata the best department store in the world». Riconoscimento che ha onore all'attuale gestione, che si prepara a sfidare altri assi nella manica. «Il 2017 sarà un anno fondamentale perché coinciderà con l'inaugurazione, prevista in settembre, dello store di via del Tritone a Roma. Uno spazio di 17.500 metri quadrati di superficie commerciale, costati un investimento di 200 milioni di euro, comprensivi dell'operazione immobiliare», ha poi spiegato a **MFF Stefano Della Valle**, cfo de la Rinascente e coo Europe di **Cro-Central retail corporation**. «Nel 2018, poi, porteremo a termine delle operazioni di rinnovamento degli store esistenti con due importanti sviluppi, costati complessivamente 30 milioni di euro: uno a



Sopra, La Rinascente

Torino, dove raddoppieremo la superficie di vendita grazie all'occupazione di altri piani dell'edificio raggiungendo 7 mila metri quadrati di superficie commerciale, e uno a Firenze, store che sarà oggetto di una importante ristrutturazione». Punta di diamante dei dieci punti vendita italiani si conferma comunque Milano che, con i suoi 14 mila metri quadrati, ha realizzato nel 2016 350 milioni di euro di ricavi netti sui 515 milioni complessivi con vendite al metro quadrato per 20 mila euro. «Dati che portano il department store ai vertici dei principali competitor europei», ha precisato Della Valle, che dalla sua posizione ha un quadro privilegiato della situazione. **Cro-Central retail corporation**, colosso da 10 miliardi di dollari di turnover worldwide (circa 8,91 miliardi di euro al cambio di ieri), è infatti proprietario anche di **Illum** in Danimarca e di **KaDeWe**, in Germania, acquistati rispettivamente nel 2013 e nel 2015. «Le sedi di questi department store sono oggetto di ristrutturazione sul modello di quanto fatto a Milano nell'ottica di creare una rete di negozi europei che rappresenti ciascuna città con formule su misura, con però un punto di riferimento comune», ha poi concluso il manager, precisando che: «Ogni anno i nostri negozi saranno caratterizzati da specifiche novità. A Milano, nonostante l'avvenuto completamento della ristrutturazione, apporteremo alcune modifiche, come l'introduzione del luxury ready to wear che occuperà il quarto piano insieme all'area delle calzature, che accoglierà brand in esclusiva come, per esempio, **Christian Louboutin**». (riproduzione riservata) **Chiara Bottini**

Eventi

Pignatelli sfila a Milano e prepara la prima boutique

In occasione dell'edizione numero 40 di **Si sposaitalia**, il marchio torinese da 22 milioni di fatturato nel 2016 ha svelato la collezione Haute couture cerimonia ispirata all'eleganza del passato. Entro settembre atteso l'opening nella città lombarda. **Valentina Nuzzi**

Il **Royal Ascot**, il Torneo di Wimbledon, ma anche una soirée a teatro o il thé delle cinque. Eventi mondani emblematici del bel vestire nell'accezione più classica del termine, che hanno ispirato la collezione Haute couture cerimonia 2018 di **Carlo Pignatelli**, svelata sabato sera a Milano con uno show-evento in concomitanza con **Si sposaitalia**, la manifestazione annuale dedicata alla moda bridal che ha chiuso ieri i battenti celebrando il suo 40° anniversario. Lo show milanese rientra della strategia di rilancio messa in atto dal marchio da 22 milioni di euro di fatturato lo scorso anno (vedere **MFF** del 21 maggio 2016), che culminerà tra pochi giorni con l'inaugurazione di un punto vendita all'interno del nuovo **Torino outlet village** e il grand opening di un nuovo flagship store nel cuore di Milano previsto per settembre. «Per questa collezione ho tratto ispirazio-

ne dalle decadi del passato, in particolare gli anni 20 e 30, rielaborandone i dettagli. Ho voluto riflettere su quelle epoche in cui l'eleganza rappresentava un elemento essenziale nella vita sociale di un individuo», ha spiegato a **MFF** Carlo Pignatelli. «Quando creo, penso a quelle donne che oggi cercano ancora la qualità e desiderano un abito esclusivo, fatto su misura. I nostri capi nascono su un manichino, rispettando la tradizione sartoriale di una volta», ha proseguito il designer torinese, oggi affiancato allo stile dal nipote **Francesco Pignatelli**. In passerella, per la donna, abiti couture dai toni sussurrati impreziositi da lunghi strascichi, decorazioni artigianali, ricami by hand e dettagli inediti, come le spille in velluto colorato incrostate di strass e le piume di tulle e di pavone. Per l'uomo, invece, nasce il nuovo **Smoking** Torino: un frak illuminato da dettagli presi in prestito dalle divise e realizzato in fibre preziose come seta, lana, twill e jacquard. (riproduzione riservata)



Un look Pignatelli

CONFERENZA COFACE

RISCHIO PAESE

LE GRANDI TENDENZE DELL'ECONOMIA MONDIALE

Lo scenario globale del Rischio Paese

La Roadmap della crescita: l'agenda dell'imprenditore per i prossimi anni

L'Italia e i trend del cambiamento

Alleanze, barriere, conflitti, integrazioni: la nuova geografia del potere

L'Italia e i trend del cambiamento

15ª Conferenza Rischio Paese

25 Maggio - Ore 10.00

Vodafone Theatre

via Lorenteggio, 240 - Milano

Registrati su
coface.speciali.milanofinanza.it

Media Partner

Partecipano

Alberto Bombassei
Presidente e Fondatore Brembo

Stefania Brancaccio
Vicepresidente Coelmo Gruppi Elettrogeni

Ernesto De Martinis
CEO Coface Italia

Alfredo De Massis
Ordinario Economia Università di Bolzano

Alberto Fioravanti
Presidente e Fondatore Digital Magics

Paolo Magri
Vicepresidente Esecutivo e Direttore ISPI

Julien Marcilly
Chief Economist Coface

Sandra Mori
Presidente Valore D

Fabio Peloso
Responsabile Marketing e Vendite PMI Vodafone Italia

Moderata **Andrea Cabrini**, Direttore Class CNBC

l'Economia

CORRIERE DELLA SERA

LUNEDÌ 29.05.2017

2

Finanza
INNOVAZIONI

Sommario

Finanza

Lavazza, il sorpasso a Starbucks

di Roberta Scagliarini

15

Ford, la sfida di Jim è rimetterla in moto

di Maria Teresa Cometto



Dividendi: chi vince alla cassa

di Stefano Righi

18

Bitcoin, processo alla criptovaluta

di Massimo Sideri

20

Innovazione

Amazon insidia Sky in Europa

di Maria Teresa Cometto



Imprese

La Rinascente punta sull'Asia

di Enrica Roddolo



Patrimoni

Bond, investire sul ballo valutario

di Angelo Drusiani

42

Fondi e clienti alla prova dei nuovi Piani individuali di risparmio
Le famiglie che possono accettare il rischio di un investimento nelle piccole imprese
non pagheranno tasse, come accade in Francia e nel Regno Unito
In Piazza Affari già si registrano gli effetti positivi dell'interesse per i micro titoli:
il timore ragionevole è che presto ci sia troppa domanda per un'offerta inadeguata
Ecco perché il disegno va completato con incentivi alla quotazione
che vincano la resistenza delle aziende a crescere andando sul mercato

di Ferruccio de Bortoli

PIR

UNA MANO ALL'ITALIA

1,1
miliardi di euro
La raccolta a fine marzo.
Entro fine anno
si stima che possa arrivare
a 10 miliardi

E

● Lo strumento

I Pir concedono l'esenzione fiscale su capital gain e cedole, oltre all'esenzione in caso di successione, a chi rimane investito nel «veicolo» almeno 5 anni. Possono essere fondi, polizze, gestioni, Eif, dossier titoli

● Vincoli di destinazione

Il 70% del capitale di un Pir deve essere investito in titoli di aziende italiane o con stabile organizzazione nel nostro Paese. Il 30% del quale (21% del totale) va destinato ad azioni ed obbligazioni di aziende fuori dall'Ftse Mib

● I costi

Una prima analisi sulle spese del 35 Pir in circolazione ad oggi (quasi tutti fondi comuni) rivela commissioni di gestione e di entrata sostanzialmente paragonabili a quelle dei «cugini» senza patente Pir, comprese tra il punto e il punto e mezzo percentuale. L'investimento va valutato anche alla luce della variabile costi: richieste eccessive in cinque anni possono annullare del tutto i benefici fiscali

● La diversificazione

Inserire i Pir nel patrimonio, per una quota anche non superiore al 15%, può aiutare a ottenere rendimenti migliori senza alzare la posta del rischio

Nella selva delle troppe sigle e dei termini tecnici che affollano il mondo del risparmio, brilla da poco tempo una perla di indubbio valore. L'acronimo Pir sta per Piani individuali di risparmio. Gli incentivi fiscali previsti dall'ultima legge di bilancio — a fronte della scelta di destinare in parte e in forma duratura i capitali al mondo produttivo — sono stati accolti con grande favore. La caccia ai titoli della piccola e media impresa italiana è aperta. Il governo si attende, per l'anno in corso, che almeno dieci miliardi del risparmio familiare siano creati o dirottati, attraverso i Pir — con fondi appositi o parti delle gestioni già attive — al sostegno dell'industria e dell'occupazione.

I numeri

Secondo stime dell'Assogestioni, la raccolta avrebbe già superato ad aprile i 3 miliardi. L'adesione ai Pir garantisce ai sottoscrittori l'esenzione dalla tassazione delle plusvalenze a patto che l'investimento non venga smobilizzato per almeno cinque anni. E, particolare assai apprezzato, di non pagare nemmeno l'imposta di successione. Il limite di investimento individuale annuo è di 30 mila euro per un massimo di 150 mila. Ma una famiglia può usufruire, ovviamente, dell'agevolazione per tutti i suoi componenti. Il modello Pir si ispira a due esperienze di successo estere: i Plan d'épargne en actions (Pea) francesi e gli Individual savings accounts (Isas) inglesi.

La scelta del governo è stata felice. Per la prima volta si affronta un tema cruciale. Il risparmio delle famiglie — che, tolti gli immobili, è pur sempre il doppio del debito pubblico — finanzia solo in percentuali irrisorie le imprese italiane quotate e non. In sintesi estrema: i capitali delle formiche italiane, così operose e

previdenti, sostengono — attraverso i canali del risparmio gestito, per sua natura globale — la creazione di lavoro e reddito altrove. Pochissimo in Italia. In tempi di interessi zero o negativi è qualcosa che ha un sapore persino autolestonistico e beffardo. I nuovi strumenti del risparmio possono invertire, e già lo stanno facendo, questa tendenza negativa.

La normativa sui Pir prevede che il 70 per cento del capitale venga investito in strumenti finanziari emessi da aziende italiane o con stabile organizzazione nel nostro Paese. Il 30 per cento del quale (21 per cento del totale) va destinato ad azioni ed obbligazioni di aziende fuori dal Ftse Mib o indici equivalenti. Sembra l'uovo di Colombo. Ma è opportuno, trattandosi del risparmio delle famiglie, frenare facili entusiasmi e porsi qualche domanda affinché una buona idea rimanga tale. E i Pir non facciano la fine ingloriosa dei mini bond. Prima di tutto dobbiamo chiederci se esistano adeguate offerte di azioni e obbligazioni di piccole e medie imprese all'altezza di una domanda in così impetuosa crescita. Se i Pir non premono troppo le poche pmi già quotate. Troppi soldi, poche occasioni.



Le opinioni

Secondo Tommaso Corcos, presidente di Assogestioni, un primo importante obiettivo è stato raggiunto dal punto dell'efficienza dei mercati. «Gli scambi giornalieri sul segmento Star e mid cap sono aumentati in

LUNEDÌ 29.05.2017

CORRIERE DELLA SERA

L'Economia

Imprese

GRANDI MAGAZZINI

31

Tos Chirathivat è il ceo dell'impero Central Group (Thailandia) che nel 2011 ha rilevato gli storici magazzini. Parla di come sarà il negozio-galleria d'arte di Roma in via del Tritone. E dei piani per rendere il marchio inventato da d'Annunzio un brand globale. Anche online

615

Le vendite in milioni di euro degli 11 store la Rinascente: Milano Duomo da solo ne fa 350

«A dieci anni, ogni estate, il lavoro. E la gara: al piano giocattoli del department store di famiglia, tra noi piccoli Chirathivat scattava la corsa a chi faceva più scontrini». Tos Chirathivat, classe 1964, laurea in economia ed Mba in Finanza alla Columbia, ha iniziato in Citibank a Bangkok e oggi guida Central Group, un impero da 90 mila dipendenti e 5 mila negozi (più di 4,5 milioni di metri quadri). Evidentemente, era il più smart,

di **Enrica Roddolo**

la fine la nuova Rinascente in via del Tritone? «Circa 250 milioni di euro».

Mai avuto esitazioni?

«Mai. Il management team, Vittorio Radice (vice chairman la Rinascente; chairman è Sudtham Chirathivat, zio di Tos) era fiducioso e il risultato sarà unico: il primo department store con incorporato nella nuova costruzione, un pezzo dell'acquedotto vergine di Roma che si annimerà protetto da una lastra di vetro. Come

10

Le vendite in miliardi di dollari di Central Group, primo operatore retail della Thailandia con 90mila dipendenti

GOOD MORNING VIETNAM

MARCIA ASIATICA PER LA RINASCENTE

il più veloce negli affari se oggi siede al vertice del colosso di una famiglia con ricchezze che sfiorano i 14 miliardi di dollari (*Forbes*).

Un family business dei grandi magazzini (e non solo), proprietario dal 2011 della Rinascente. «Mio nonno Tiang, arrivato in Thailandia dalla Cina nel 1927, aprì 70 anni fa il primo negozio a Bangkok con mio padre Samrit», racconta a *L'Economia*, nel suo ufficio all'ottavo piano della Rinascente a Milano. E, per la prima volta, dal passaggio di mano del 2011 dai Borletti (con investitori associati, Pirelli e Deutsche Bank) ai thailandesi, del grande magazzino — nato nel 1865 con Luigi e Ferdinando Bocconi, battezzato da d'Annunzio e al quale Palazzo Reale dedica ora la mostra «L'Raio Rinascente» — parla dei piani per farne un brand globale.

Mr Chirathivat, perché, dalla Thailandia, guardate al dossier la Rinascente Milano?

«Ero in vacanza con la famiglia a Venezia e invitammo a pranzo Vittorio Radice che conoscevo da 10 anni. Volevamo espandere il business fuori Bangkok, negli Usa o in Europa. Fu Radice a dirci che gli investitori finanziari che avevano preso la Rinascente volevano metterla in vendita. L'idea ci piacque subito, ma la negoziazione durò due anni, un duello serrato».

A proposito di Venezia, la città è stata in passato, sulla road map la Rinascente...

«Sì c'era un piano, non andato a buon fine. Ma continua a interessarci molto la prospettiva di un'apertura in Laguna: siamo pronti se si presenta l'occasione. Intanto a settembre inaugureremo lo store di Roma».

Dopo 11 anni, quanto costerà al-

un museo. E avrà un'area mostre. In più, nel building sarà racchiuso un palazzo antico originale che ospiterà brand deluxe. In cima la terrazza».

E dopo Roma?

«Abbiamo appena definito il contratto per raddoppiare, in due anni, la Rinascente Torino che avrà così sei piani. Riprendendo le dimensioni che aveva prima della crisi. Poi, ci occuperemo di Firenze. E Milano sarà oggetto di investimenti sui due piani dedicati alla moda donna: i lavori inizieranno in autunno».

L'ultima sfida a Milano è stata l'Annex (via Santa Radegonda), quanto avete investito? E qual è il giro d'affari degli store?

«Sull'Annex abbiamo investito 10 milioni di euro. Gli store la Rinascente macinano vendite per 615 milioni di euro con Milano Duomo che da solo ne fa 350».

La Rinascente ha fatto shopping globale: nel 2013 i magazzini danesi Illum, nel 2015 la maggioranza del tedesco KaDeWe. E poi?

«In Europa vediamo nuove o p -

portunità per creare una collezione di store con una storia da raccontare. Sì, decisamente abbiamo altri piani in Europa. E non solo qui».

La Rinascente andrà in Cina?

«Per due anni ci concentreremo su Italia ed Europa, poi saremo pronti a muoverci verso l'Asia. Ma non in Cina, ci abbiamo provato e non intendiamo ripetere. Piuttosto crediamo nel Vietnam. Entrato in azienda ho guardato anche ai supermercati, all'elettronica, agli shopping mall, fino a hotel e ristoranti: oggi abbiamo l'hardware e anche il software, edificiamo i mall e li animiamo con moda, lusso o hotel come abbiamo fatto con il Park Hyatt al mall Central Embassy a Bangkok».

In Vietnam avete preso dai francesi di Casino una quota di Big C Supercenter.

«Puntiamo sul Vietnam, come pensiamo che in Europa il business, reputato stanco, dei department store abbia forti potenzialità».

I piani di Central sul-

l'online? Nessuno timore di cannibalizzare i negozi fisici?

«L'e-commerce finirà per mangiarsi il commercio tradizionale, è inevitabile. Per questo va controllato il cambiamento: alla fine ci sarà un omnichannel. Vi dedicheremo il 10% degli investimenti 2017, circa 1,3 miliardi di dollari».

Rinascente accelererà sull'online?

«Testeremo l'e-commerce in Germania, Paese già più avanti nell'online, l'Italia verrà poi».

Obiettivo 2017 di Central? E, curiosità,

quanti sono i Chirathivat nel business? «Sui 10 miliardi di dollari. Quanto a noi, siamo circa cinquanta direi, appassionati d'Italia».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Storia Achille L. Mauzan firma l'affiche per l'apertura nel 1917 de La Rinascente



Pubblicità Manifesto di Marcello Dudovich (Archivio la Rinascente)



Sperimentazione La locandina Raion del 1952. La grafica è di Max Huber



Moda Il Periodico la Rinascente del 1961 «Uomo» (Grafica G. Ilirandi)

BUSINESS



„LUXUS IST DIE LÖSUNG“

MEHR DAZU:
TW iPad



Hereinspaziert: La Rinascente am Mailänder Domplatz.



Großes Fest: La Rinascente feiert die Namensgebung vor 100 Jahren mit einer Ausstellung. Mit historischen Bildern und Werbeplakaten.

Die Warenhaus-Ikone **La Rinascente** wird 100 Jahre alt. Ein Gespräch mit **Tos Chirathivat** vom Eigentümer **Central Group** über Tradition und die ambitionierten Pläne für die Tochter **KaDeWe**.

Ein Jahrhundert wird La Rinascente alt. Viel, ganz viel Geschichte. Doch von dieser Historie lässt sich der heutige Eigentümer nicht einschüchtern.

„Wir sind nicht 100, aber immerhin 70 Jahre alt. Das ist alt genug, um zu verstehen, welche Bedeutung ein Warenhaus hat“, sagt Tos Chirathivat, Präsident und CEO der thailändischen Central Group, Eigentümer von La Rinascente. „Ich liebe Warenhäuser, ich bin mit ihnen aufgewachsen. Mein Büro befindet sich in einem.“

Chirathivats Großvater hat das Unternehmen mit Sitz in Bangkok 1947 gegründet. Inzwischen ist es ein Konglomerat, dem Department Stores, Hotels, Sportgeschäfte und vieles mehr gehören. 2016 lag der Jahresumsatz bei 9,3 Mrd. Dollar (rund 8,3 Mrd. Euro). Mehr und mehr gewinnt Europa an Gewicht. 2011 übernahm die Gruppe La Rinascente. Danach folgten 2013 Illum in Kopenhagen und 2015 KaDeWe, Alsterhaus und Oberpollinger. Im September eröffnet ein neues La Rinascente-Kaufhaus in Rom.

Mit den Premium- und Luxuswarenhäusern in Europa erwirtschaftet die Central Group aktuell rund 1,2 Mrd. Euro. „Das wollen wir in den nächsten sieben Jahren verdoppeln“, sagt Chirathivat. „Für den europäischen Markt ist das ein aggressives Ziel.“ Um das zu erreichen, gebe es nur einen Weg: „Wir investieren, investieren, investieren. Wir verkaufen nie. Auch in die Häuser, mit denen wir gut verdienen, stecken wir weiter Geld. Wer nicht investiert, der wird auch seinen Umsatz nicht verdoppeln.“ Auf kurzfristige Zahlen schaue er nicht. Ein Excel-Sheet mit den Wochenumsätzen der Häuser habe er nicht. „Ich flunkere nicht. Ich schaue mir die Zahlen wirklich nicht an. Sie interessieren mich nicht.“

Chirathivat weiß anlässlich des 100-jährigen Jubiläums in Mailand. Im Konferenzraum in den Büros von La Rinascente in der Via

Washington, im Süden der italienischen Metropole, hat er es sich bequem gemacht. Hemd ohne Krawatte, das Jackett abgestreift. Vor sich einen flachen Laptop und eine Plastikflasche Mineralwasser.

Auf einmal geht die Tür auf. Vittorio Radice, seit 2005 Chef der Rinascente-Gruppe, eilt herein. Er ist auf dem Sprung, verabschiedet sich mit Handschlag. Chirathivat ist der Vorgesetzte Radices. Allerdings führt er nicht hierarchisch, sondern lässt dem früheren Selfridges-Chef und seinem Team viel Freiraum. „Wir sind komplett dezentral organisiert“, sagt Chirathivat. „Ich arbeite eng mit Vittorio. Wenn er finanzielle Mittel braucht, dann präsentiert er einen Plan. Stimmen wir zu, dann überweist Bangkok das Geld.“

Die Central Group wittert in Europa enormes Potenzial. „Wir glauben an das Comeback des europäischen Warenhauses“, sagt Chirathivat. Drei Faktoren seien ausschlaggebend: Die Luxurnachfrage ziehe an. Die Touristen kehren zurück. Und die Kunden suchten nach Authentizität und Erlebnis, was eben nur ein Warenhaus in dieser Intensität bieten könne. „Deshalb halten wir auch nichts von Ketten. Die sind langweilig und austauschbar.“

Dass es den amerikanischen Department Stores schlecht gehe, sei kein Widerspruch zu seiner optimistischen These: „Es gibt einfach zu viele. Das ist ganz einfach das Ergebnis von Angebot und Nachfrage.“

Ganz anders hingegen sehe es in Europa aus. „Wie viele Warenhäuser gibt es in Rom? Gar keines. Deshalb hegen wir auch große Erwartungen.“ Große Pläne hat Chirathivat auch für das KaDeWe. „Das Haus hat großes Potenzial. Allein von der Größe her könnte

es das beste Warenhaus der Welt werden.“ Das sei es allerdings noch nicht. Harrods und Selfridges in London oder Isetan in Tokio lägen vorn. „Wir haben noch viel Arbeit vor uns.“ Um die Kluft zu schließen, nimmt Chirathivat Geld in die Hand. Er spricht von rund 200 Mill. Euro in fünf Jahren. „Allein für die Infrastruktur. Für neue Rolltreppen und einen neuen Foodcourt. Das ist erst einmal der Startschuss. Wenn das Gebäude stimmt, wird laufend investiert.“

Dass die Thailänder ihr Handwerk beherrschen, haben sie bei La Rinascente bewiesen. Der Kauf des Verbunds, dem mehrere Warenhäuser in Italien gehören, kostete die Central Group vor sechs Jahren rund 250 Mill. Euro, was laut den Experten von KPMG dem 11-fachen des Gewinns vor Steuern, Zinsen und Abschreibungen entsprach. Ein im Rückblick vertretbarer Preis. Denn die Verkaufszahlen zeigen nach oben. Allein am Hauptstandort Mailand setzte La Rinascente 2016 rund 350 Mill. Euro um. 2005 waren es noch geschätzt weniger als 150 Mill. Euro. Der Umsatz je Quadratmeter bewegt sich heute bei 20.000 Euro. Der neue CEO des Mailänder La Rinascente, Pierluigi Cocchini, erwartet für das laufende Jahr ein Plus von 5 bis 6 %.

Das Erfolgsrezept sei eigentlich ganz einfach, stellt Chirathivat fest. Das Profil der Häuser auf Luxus anheben. Und doch gleichzeitig erschwinglich für die lokale Kundschaft bleiben. „Die Touristen kaufen dort ein, wo auch die Italiener einkaufen.“ Und das seit 100 Jahren. ■

TOBIAS BAYER

Central-CEO Tos Chirathivat



LA RINASCENTE: AUSSTELLUNG ZUM 100-JÄHRIGEN JUBILÄUM

Der Name ist Programm: „La Rinascente“ heißt frei übersetzt so viel wie „Die Wiederaufblühende.“ Ausgedacht hat sich den Namen ein berühmter Dichter. Anno 1917 beauftragte Senatore Borletti, der das kriselnde Warenhaus Bocconi übernommen hatte, den Schriftsteller Gabriele D'Annunzio damit, sich einen optimistischen, nach vorne weisenden

Namen auszudenken. Und D'Annunzio enttäuschte ihn nicht. Die Taufe der Mailänder Institution vor einem Jahrhundert wird nun groß gefeiert. Mit einer Retrospektive im Museum Palazzo Reale direkt am Domplatz. Die Ausstellung, kuratiert von Sandrina Bandera und Maria Canelladie, dauert bis zum 24. September. Sie taucht tief in die

Geschichte ein. Und präsentiert das Warenhaus als Zukunftslabor, das Nachwuchskünstler entdeckte, Modetrends setzte und Einflüsse auf die Gesellschaftskultur nahm. Unter anderem förderte es die Karriere von Marcello Dudovich, der Werbekampagnen und Poster entwarf, die auch noch 100 Jahre später erstaunlich modern wirken. ■ TB



**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



Lavori
al palazzo di
piazza Duomo
devastato dalle bombe



LA STORICA SEDE
Il palazzo a Milano, a sinistra
un'immagine del 10 aprile del 1949
(Archivio Bruto La Rinascente)



LA PUBBLICITÀ
Avviso di
Carla
Cocerino,
Ufficio
pubblicità
Rinascente
(Archivio Amneris
Latti)

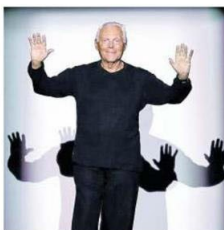
La Rinascente

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 15 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.

LA MOSTRA
Una storia che racconta Milano e l'Italia (oggi la realtà ha nei negozi nelle principali città della penisola) curata nei minimi dettagli da Sandrina Bandera, attuale presidente della Fondazione Museo MA*GA d'arte moderna e con-



**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 Gallerate 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 partner Rem Koolhaas e Ippolito Pestellini-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 speri-

mentare 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 colpiva 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. È 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

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

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 Paganini e Bruno Munari e Alberto Rosselli.

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».

Camilla Gusti
© PHOTOCOLLEZIONE HERVATTA

La storia
EGLE SANTOLINI
MILANO

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

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»)

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

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 «If» 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 sui mutamenti più complessivi. Pensate a

Tradizione e innovazione
Arrivarono le linee di abiti «alle erose», 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 felpato e intimo, da boudoir, 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 Barneys New York è stato umiliato. Le Rinascentiste 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

FIORILLA 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 secolari 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 Bandiera e

Maria Cannella, 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. Introduce 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 «maghi» come Boccasini, Mauzan, Mellicovitz, Lailla, Vernizzi accompagnano la don-

na dal Liberty al Déco, dalle marliarde esili, sottili, flessuose, tutte piume, sciarpe svolazzanti con alani al guinzaglio alle giovani sportive, spensierate dalle zazzere geometriche che guidano l'auto, scoprono lo sci d'acqua, la villeggiatura, i viaggi. Quanto ai piccoli, ecco cavalli a dondolo, orselli, burattini di notte fanno visita a bimbi addormentati e sorridono nei lindi lettini, poi scale mobili che fanno il girotondo e ancora Babbo Natale che compare dal sacco pieno di doni. Arriva l'uomo: mobili arredati, biciclette, canne da pesca, cappelli di feltro, cappotti canino, vestiti grigi severi. Anni 50, il dopoguerra regni-



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

«If» 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, com-

presi Massimo Vignelli e Tommaso Maldonado, quanto al packaging, vetrine e allestimenti, sono le star Bruno Munari, Carboni, Nizzoli fino a Italo Lupi, Giorgio Armani, Mario Biondi, 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 donna nuda fotografata dal sotto in su con una magherita in fronte, o immortalata a strisce rosse, gialle, blu per «moda di colore».

Gli anni del boom

Foto per catalogo natalizio IR, 1966
Serge Libszewski

OCCUPAZIONE

La truffa dei soldi per avere un posto

A PAGINA 15



INVESTIMENTI

Attenzione all'S&P 500 Rischio bolla sui titoli web

A PAGINA 19

AZIENDE

I gianduiotti Caffarel raggiungono cinquanta Paesi

A PAGINA 21



TUTTOSOLDI

LUNEDÌ 29 MAGGIO 2017
NUMERO 213

A CURA DI
TEODORO MARILLI
REDAZIONE
LUCA FORMOSO
LUIGI CRASSIA
FRANCESCO OLIVIO
tuttosoldi@lastampa.it
www.lastampa.it/tuttosoldi/

tutto SOLDI

LA CURA DI
TEODORO MARILLI
REDAZIONE
LUCA FORMOSO
LUIGI CRASSIA
FRANCESCO OLIVIO
tuttosoldi@lastampa.it
www.lastampa.it/tuttosoldi/

→ LAVORO IN CORSO

Tassi troppo alti e costi nascosti, le trappole della cessione del quinto

Il 70% dei ricorsi all'Arbitro bancario è sui prestiti legati a una quota dello stipendio

SANDRA RICCIO

La crisi ha spinto sempre più famiglie a chiedere prestiti anche per le spese più piccole. Molto si sono rivolte alla Cessione del quinto dello stipendio (o della pensione). Si tratta di una forma di finanziamento dedicata ai dipendenti, in particolare ai dipendenti statali. La rata viene scalata direttamente dalla busta paga (o dalla pensione) e a garantire è il datore di lavoro. La formula, che di fatto è a rischio zero per chi concede il credito, piace molto alle banche. Nonostante la bassissima rischiosità, il cliente però finisce per pagare interessi alti, con picchi che arrivano a superare addirittura il 20% per il tasso reale. Per le famiglie la Cessione finisce così per diventare un terreno minato. A testimonianza è la valanga di ricorsi che ogni anno arriva davanti all'Arbitro bancario e finanziario. Nel 2015 i ricorsi sulla Cessione del quinto sono stati il 54% dei contenziosi complessivi. Nel 2016 sono saliti al 70%.

Banca d'Italia è intervenuta diverse volte. E sulla Cessione del quinto è atteso un nuovo suo intervento che dovrebbe dettare delle linee guida più virtuose per banche e finanziarie.



Ma quali sono i guai più frequenti? Una delle «trappole» che si presenta più spesso è quella sulle polizze assicurative - racconta Alessandro Pontremoli, avvocato di Assoprotect, associazione a tutela dei consumatori. - Possono far lievitare il tasso d'interesse reale anche sopra le due cifre. In pratica, al cliente viene fatta sottoscrivere un'assicurazione che tutela da rischi vita e impiego. Alcune volte queste polizze arrivano a cifre esorbitanti, anche 5 mila euro su un prestito da 20 mila. In que-

sto modo, il tasso d'interesse reale, da pagare effettivamente, sarà molto più alto di quello scritto sul contratto e che non conteggia queste spese così dette accessorie. Banca d'Italia in realtà già nel 2010 aveva messo dei paletti a questa pratica ma non sempre sono stati rispettati. Ora una sentenza della Cassazione dello scorso aprile potrebbe mettere definitivamente un freno a questo modo di operare. Il giudice ha, infatti, stabilito che l'assicurazione rileva al fine del calcolo del tasso ef-

fettivo (Taeg o Teg). «Si tratta di una sentenza che è retroattiva e che quindi potrebbe tirare in ballo contratti degli anni passati perché la legge che recepisce questi principi è del 1996» dice Pontremoli. Un altro caso frequente riguarda l'estinzione anticipata del prestito e la polizza. La giurisprudenza, quasi sempre, dice che la parte del premio non goduta va restituita. Banche e finanziarie molte volte non si muovono in questa direzione. C'è poi la giungla di provvigioni e di commissioni di inter-

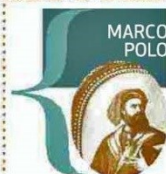
20
per cento
l'interesse
reale che può
arrivare
a pagare il
cliente tenen-
do conto di
tutte le voci

5
mila euro
La polizza su
vita e impiego
che può
essere im-
posta su prestito
di 20 mila

mediazione. Poco trasparenti e davvero molto esose. Anche queste, molte volte, non vengono conteggiate nel tasso d'interesse proposto. Alla fine il prestito verrà a costare molto di più di quello che il cliente si aspettava. Per fare un esempio con un caso reale portato di fronte all'Arbitro bancario: per 10.816 euro di prestito, il cliente che ha fatto ricorso si era trovato a restituire 24.360 in tutto. In questi 24.360 euro erano compresi: 4000 euro di commissioni cessionarie, 1400 di commissioni per il mediatore creditizio e 2250 euro di polizza (il Tan era bassino: 5,6% ed è probabilmente quello che ha convinto il cliente alla firma, il Taeg invece arrivava al 21%).

Quindi prima di firmare il contratto vanno lette sempre bene tutte le clausole e tutte le voci di costo del finanziamento, che può finire per essere molto alto, in media 15-20% con punte al 25%, a seguito delle voci accessorie. Inoltre, bisogna sempre valutare la sostenibilità dell'importo. «Abbiamo seguito alcuni casi di Cessione del quinto che presentavano rate superiori all'ammontare dello stipendio» - racconta Libero Gialletti, legale Aduc - «Il rischio per le famiglie è di finire nel sovraindebitamento e in guai più grandi».

© FOTOGRAFIA DI GIANLUIGI BIANCHI



I mobili Lago guardano a Oriente e Australia

LORENZA CASTAGNERI

Quando Daniele Lago ha assunto la guida dell'azienda di mobili di famiglia, nel 2006, l'obiettivo era chiaro: consolidare la presenza internazionale del laboratorio fondato a fine Ottocento dal bisnonno ebanista Policarpo che, nel frattempo, si era trasformato in una società per azioni.

Un'espansione riuscita. Oggi Lago fornisce 500 negozi selezionati in tutto il mondo, ha 30 punti vendita monomarca tra Italia ed Europa e pianifica tre prossime aperture in Cina e in Corea del Sud. «Ma il processo di crescita all'estero è in pieno svolgimento», sottolinea dal quartier generale di Villa del Conte, in provincia di Padova. Tant'è che quest'anno, Daniele, capo del design e amministratore delegato e i fratelli Franco e Rosanna, puntano a incrementare l'export del 25 per cento per irrobustire il fatturato arrivato, a fine 2016, a 30 milioni di euro.

Come riuscire? L'inaugurazione di nuovi store è soltanto un tassello. Nel 2015, l'azienda ha dato vita a un progetto innovativo, il Lago Interior Life Network. Si tratta di rete di circa 150 spazi - abitazioni, negozi, uffici, gelaterie, ristoranti e alberghi e Airbnb, per lo più - resi belli e accoglienti grazie al design di Lago e connessi l'uno all'altro in via digitale. È nata, così, anche una rete di persone che ha generato contatti, collaborazioni, nuove opportunità di lavoro.

Non è un caso se, a oggi, sono pervenute 900 candidature di location che vogliono entrare a far parte del network. Che, visto il successo, si allargherà ancora: dopo l'apertura del primo resort di design alle Maldive, l'azienda si prepara a tagliare il nastro di altri due spazi a Oslo e Perth. Intanto, l'Osservatorio permanente del design Adi ha inserito l'iniziativa nell'Adi Design Index 2016.

© FOTOGRAFIA DI GIANLUIGI BIANCHI

L'intervista

“Rinascente punta sul lusso, pronti a nuovi investimenti”

LA VICEPRESIDENTE

La Rinascente ha compiuto 100 anni, per italiani e turisti è il grande magazzino per eccellenza. Ma trovo difficile esportare questo marchio in altri Paesi

LA STRATEGIA

Non ci fermiamo mai nella ricerca di possibili investimenti a seconda delle opportunità ma senza concentrarci su un Paese anziché un altro

FRANCESCO SPINI
A PAGINA 20

Busava Chirathivat, vicepresidente esecutivo di Central Group

20 | Lavoro in corso | LA STAMPA
25 MAGGIO 2017

UN MARCHIO NON ESPORTABILE

La Rinascente è il grande magazzino per eccellenza ma è legatissima all'Italia. Provare a portarla in altri Paesi vorrebbe dire rifarla daccapo

PROSSIMA APERTURA A ROMA

Ci sarà un nostro negozio in via del Tritone. Vogliamo diventare parte indispensabile delle città turistiche, in modo che visitarci sia irrinunciabile

L'intervista



Il gigante thailandese dei servizi

Central Group, che nel 2011 ha acquisito La Rinascente, nasce in Thailandia nel 1947 quando un emigrante cinese, Tiang Chirathivat, apre a Bangkok un piccolo negozio. Nel 1956, suo figlio Samrit inaugura il primo grande magazzino del Paese. Adesso la famiglia Chirathivat ha un portafoglio da 13,8 miliardi di dollari



+17,3
per cento

L'incremento del fatturato di Central Group fra l'anno 2015 e il 2016

30
per cento

La quota di fatturato che arriva dall'estero. I volumi di vendita sono aumentati di 12 volte in 5 anni

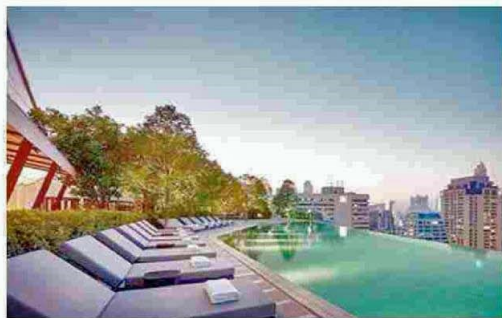
ABBIGLIAMENTO

“La strategia di Rinascente è integrare i negozi col digitale”

La vicepresidente Chirathivat: “Chi fa acquisti si informa online. Apriremo a Roma, gli store devono essere nel centro delle città”

FRANCESCO SPINI
MILANO

«Siamo sempre in cerca di nuovi investimenti, guardiamo a tutte le opportunità che ci si presentano», dice Busaba Chirathivat. Questa elegante signora thailandese è tra gli esponenti più influenti della famiglia a capo di Central Group (di cui è vicepresidente esecutivo), il colosso che nel 2011 ha acquisito La Rinascente di cui, a Milano, sono stati festeggiati i 100 anni di storia. È il 1947 quando un emigrante cinese, Tiang Chirathivat, arrivato qualche tempo prima a Bangkok, apre un piccolo negozio. Passa un decennio e, nel 1956, suo figlio Samrit inaugura il primo grande magazzino del Paese per non formarsi più. Nasce così una grande dinastia, quella dei Chirathivat, secondo Forbes - che ne stima un portafoglio da 13,8 miliardi di dollari - la terza famiglia più ricca della Thailandia, e la storia imprenditoriale di un colosso, Central Group, che nel 2016 ha realizzato un fatturato di 8,7 miliardi di euro con una crescita del 17,3 per cento rispetto al 2015. Il 30 per cento del fatturato arriva dall'estero, dove i volumi di vendita, tra il 2011 e il 2016 sono aumentati di 12 volte. Non solo grandi magazzini ma anche sviluppo immobiliare, alberghi, alimentare. Nel 2011 con 280 milioni conquista a sorpresa La Rinascente. È l'avvio dell'espansione in Europa oltre che in Asia. A lavorare dietro le quinte di questo continuo sviluppo c'è proprio Busaba Chirathivat, definita ovunque «la regina del retail thailandese». La incontriamo nella sede mila-



nese dell'Isip, a margine del business forum italo-thailandese. Signora Chirathivat quando avete acquistato la Rinascente avete manifestato l'intenzione di esportare il marchio anche all'estero, specialmente in Asia. La pensate ancora così? «La Rinascente ha compiuto 100 anni, sia gli italiani sia i turisti la ritengono il grande magazzino per eccellenza in Italia. Ma trovo difficile esportare tale marchio in altri Paesi». Perché? «Sì dovrebbe ricostruire daccapo il marchio, legatissimo al vostro Paese. La cosa migliore è lasciare in ciascuna regione l'insegna che la connota, e a cui i consumatori sono fedeli. Il «made in Italy» è ancora importante per i consumatori asiatici? «Certo, è un sinonimo di lusso,

è legato a un concetto di qualità e design unici al mondo». Che progetti avete per La Rinascente? «Presto apriremo a Roma, in via del Tritone. La nostra visione per La Rinascente è la centralità. I negozi devono essere nel cuore della città e della sua comunità». Qual è il vostro obiettivo per valorizzare l'insegna italiana? «Il luogo è importante: siamo nelle città dove c'è molto turismo, come Roma e Milano. Vogliamo arrivare a essere parte fondamentale della città: come per il Duomo, vogliamo rendere irrinunciabile una visita anche alla Rinascente». Avete progetti di espansione in Italia attraverso operazioni di fusione e acquisizione? «Non in questo momento». È di questi giorni la notizia che il

fondo Bc Partners potrebbe vendere Coin. Siete interessati al dossier? «Al momento no». Ma quindi non avete in agenda una nuova espansione in Europa, dopo gli ultimi acquisti in Germania? Avete messo nel mirino un Paese in particolare? «Non ci fermiamo mai nel guardare possibili investimenti. Ma lo facciamo a seconda delle opportunità che via via si presentano, senza focalizzarci su un Paese piuttosto che su un altro». Da qualche anno, nel vostro settore, cresce l'importanza dell'e-commerce. Come conciliate i vostri forti investimenti nei negozi fisici con il crescente peso delle nuove tecnologie? «La nostra attività sono i servizi al pubblico, ossia commercio al dettaglio, sviluppo

I numeri

CENTRAL Group



elaborazioni: LA STAMPA

Anche gli alberghi Central Group è attivo non solo nella distribuzione ma anche in altri settori di servizio come quello degli hotel, soprattutto di lusso. Qui a sinistra un'immagine dell'albergo ParkHyatt nella capitale thailandese Bangkok

immobiliare, alimentare, alberghi. Il grande tema del momento però è quello del digitale, che sta crescendo molto velocemente. Abbiamo moltissimi centri di vendita fisici, due anni fa siamo entrati anche nel mercato digitale. Ora vogliamo integrare le attività online con quelle tradizionali e rafforzarsi anche dal punto di vista digitale per rendere questo business ancora più grande rispetto alla nostra rete che annovera 48 centri commerciali e 47 grandi magazzini». Può spiegarci in quale modo? «La chiave è il cliente, vogliamo abbia un'esperienza d'acquisto soddisfacente. Il punto è che oggi chi fa shopping si informa online. Può fare acquisti in tutto il mondo, basta una ricerca su Google e può trovare ciò di cui ha bisogno al prezzo migliore. Ecco, vogliamo essere noi al centro di questo processo e fornire ciò che il consumatore cerca. Da quest'anno la centralità digitale è la chiave della nostra strategia: rafforzeremo i nostri business principali, costruiremo la nostra piattaforma online e integreremo i canali di vendita fisici con quelli online. Ovviamente passo dopo passo la cosa riguarderà tutti i nostri centri, inclusa la Rinascente».

© FRANCESCA GAZZOTTI/REUTERS



la Repubblica
GIOVEDÌ 18 MAGGIO 2017
R.it
CONTATTI
MILANO@REPUBBLICA.IT

Milano



MILANO.REPUBBLICA.IT

LA MUSICA
Axelrod dirige Schicchi
"Il mio cuore è italiano"
NICOLETTA SGUBEN A PAGINA XVII

LA GALLERY
A Citylife nasce il mall
più grande d'Italia
MILANO.REPUBBLICA.IT

IL CONCERTO
Bugo la mosca bianca
della scena italiana
ANDREA MORANDI A PAGINA XIX

Alla Darsena più vigilanza e niente maxischermi

> Il Consiglio approva le nuove regole
La piattaforma resterà per due anni

La piattaforma galleggiante per eventi e attività commerciali e turistiche, la principale novità del pacchetto Darsena e pure la più criticata anche dai residenti, verrà sperimentata due anni anziché tre. E ancora l'area verrà presidiata dai vigili, saranno emesse ordinanze antidegrado e contro lo spaccio e saranno vietati i maxischermi. Sono alcune delle novità che hanno permesso di emergere dalla palude in Consiglio comunale nella quale era finito il nuovo regolamento per il "porto dei milanesi", con l'opposizione che ha tenuto la maggioranza inchiodata in aula per 15 sedute. Le nuove norme riguardano anche la navigabilità e le concessioni.

ILARIA CARRA A PAGINA VII

GLI ARRESTI DELLA BANDA DI EGIZIANI

Case Aler, le tariffe del racket "Sono cristiani, chiedi di più"

Il procuratore di clienti, il contabile e il suo segugio di alloggi vuoti, il fabbro che scardinava le porte delle 872 case occupate censite dall'Aler nel rione di San Siro: quelle gestite dalla banda di egiziani colpiti dagli arresti erano la grande maggioranza. Il tariffario andava dai 300 ai 4mila euro, a seconda dei servizi. Poi c'era la sovrattassa: «Quello lì porta la croce, chiedigli qualcosa in più».

MASSIMO PISA A PAGINA IV



Le case Aler di San Siro

L'ORGANIZZAZIONE DEL CORTEO DI SABATO

Centinaia di volontari per proteggere la grande marcia dell'accoglienza

ZITA DAZZI A PAGINA V

IL PG CHIEDE DI RIBALTARE LA SENTENZA DI PRIMO GRADO

"Assolvete gli ex manager Trivulzio è stata solo un'inchiesta mediatica"

EMILIO RANDACIO

UN PROCESSO che non «doveva arrivare nemmeno all'udienza preliminare». Un'inchiesta «mediatica», sulla falsariga dell'anticasta. Il sostituto procuratore generale, Celestina Gravina, al termine della sua requisitoria, chiede l'assoluzione di tutti gli imputati. Sono gli ex vertici del Pio Albergo Trivulzio, accusati di reati che parlano, a vario titolo, di abuso d'ufficio, turbativa d'asta e truffa. Nel febbraio di un anno fa, la sentenza di primo grado li aveva condannati.

A PAGINA IX

LA CITTÀ

Anche il Terzo segreto di satira abiterà alla Fabbrica del vapore
Riassegnati gli spazi dell'area industriale

SERVIZIO A PAGINA IX

È LA CITTÀ PIÙ ATTRATTIVA D'EUROPA DOPO MONACO DI BAVIERA



Gli edifici del complesso di Porta Nuova, il più grande investimento immobiliare straniero a Milano

Oltre 4 miliardi di investimenti in due anni Milano calamita dei capitali internazionali

Milano capitale degli investimenti stranieri in Italia: secondo una ricerca di Scenari Immobiliari, degli 8 miliardi di euro arrivati dall'estero in due anni nel mercato immobiliare di tutto il Paese, la metà si è formata in città. Un'ulteriore crescita si stima da oggi al 2030, visto che a Milano si potrà costruire su 8 milioni di metri quadrati di terreni, con investimenti da 20 miliardi di più.

ALESSANDRA CORICA A PAGINA II

IL RETROSCENA

Ma il sogno olimpico è quasi svanito

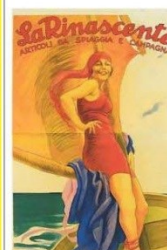
FULVIO BIANCHI

IL SOGNO olimpico di Milano si allontana sempre di più: le possibilità di potersi candidare per i Giochi estivi del 2028 sono davvero minime, e rischiano addirittura di essere cancellate del tutto fra due mesi. Ci sono due strade per Milano. La prima: il Cio il 13 settembre a Lima, in Perù, assegna le Olimpiadi 2024, quelle a cui Roma ha rinunciato, a Los Angeles. In questo caso, Milano potrebbe anche provarci.

A PAGINA III

L'ANNIVERSARIO

Rinascente il secolo d'oro tra moda arte e mito



Un manifesto degli anni Venti

La Rinascente compie cent'anni e il festeggia con due mostre a Palazzo Reale e al Max Museo di Chiasso. Cent'anni di storia del costume (il ruolo della donna), del commercio (le tecniche di vendita), della moda (gli abiti e gli accessori), anche delle arti: la grafica pubblicitaria, la fotografia, il design. Una storia iniziata nel 1917, quando il senatore Borletti acquistò il vecchio emporio Bocconi e lo trasformò in moderno grande magazzino, poi ribattezzato "la Rinascente" da D'Annunzio. Il logo lo disegnò un grafico svizzero, Max Huber, uno dei tanti maestri che hanno lavorato negli uffici di piazza Duomo da Munari a Sapper, da Dondero a Varisco, da Bellini a Sambonet. Rievoca la Rinascente laboratorio di modernità Italo Lupi, che negli anni '60, ventisettene, venne assunto all'Ufficio sviluppo: «Gli uffici di piazza Duomo erano come una piccola Ivrea, sentivamo la lezione di Adriano Olivetti, in quegli anni venne scritta la grammatica del design milanese. Si faceva la storia, e se ne aveva la sensazione. E pagavano anche bene».

CHIARA GATTI E SIMONE MOSCA
ALLE PAGINE XIV E XV

IL GIP: LA MORTE DI MAURANTONIO FU ACCIDENTALE

Il ragazzo precipitato dalla finestra "Una incredibile serie di sfortune"

SIMONE BIANCHINI

L'INDAGINE è finita. Archiviata come una caduta accidentale dalla finestra, due anni dopo la tragica, sfortunata morte di Domenico Maurantonio. L'inchiesta si è formalmente chiusa ieri, una settimana dopo la seconda ricorrenza della tragedia che si è consumata all'interno dell'hotel Da Vinci dove il ragazzo era ospite assieme ai suoi compagni arrivati da Padova per visitare l'Expo. Maurantonio morì prima dell'alba, in un orario compreso tra le 5 e le 6,30.

A PAGINA XI



Domenico Maurantonio

la Repubblica
GIOVEDÌ 18 MAGGIO 2017

MILANO XIV

Società
SPETTACOLI CULTURA SPORT

Le mostre

FOTO STORIA

Due esposizioni celebrano il secolo d'oro dei magazzini battezzati da D'Annunzio



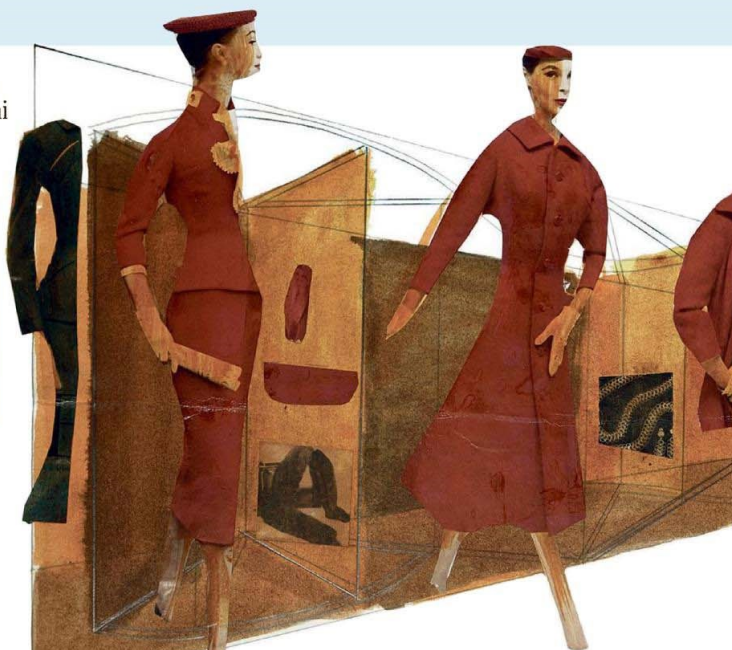
I POSTER DI DUDOVICH
Dall'alto: i lavoratori della Rinascente in una foto di gruppo del 1933, e due manifesti di Marcello Dudovich per articoli da spiaggia e da campagna (1921) e per le novità di stagione (1940)

CHIARA GATTI

Le donne degli anni Venti erano ninfe con abiti di chiffon, ritratte da splendidi disegnatori in cromolitografie. Negli anni Cinquanta, le regine della casa vestivano gonne a ruota sul modello delle "fidanzate d'America", incoronate però dai motivi razionalisti di una grafica tedesca. Le ragazze degli anni Settanta apparivano come creature selvagge avvolte in coperte a righe sulle spiagge riscaldate dal falo; sorridevano all'obiettivo di fotografi nei primi servizi all'aria aperta. No alle pose rigide da catalogo. Si agli happening improvvisati fra la gente.

Ripercorrere la storia della Rinascente attraverso le immagini che hanno fatto epoca, poster, cataloghi, house organ, è un viaggio che offre varie chiavi di lettura. L'evoluzione della moda. Le conquiste sociali della donna. Le contaminazioni del gusto all'alba della globalizzazione quando i trend occidentali si mescolarono alle correnti esotiche. Ma, soprattutto, la genesi delle campagne pubblicitarie che veicolavano tutto questo fra i muri della città e le vetrine a cristalli curvi di corso Vittorio Emanuele.

A cento anni dalla nascita dei grandi magazzini più eleganti d'Italia, due mostre ne celebrano il mito. Al Max Museo di Chiasso "La Rinascente. 100 anni di creatività d'impresa attraverso la grafica". A Palazzo Reale "Stories of Innovation". Da un lato sfilano bozzetti, locandine, calendari e reportage. Dall'altro, opere d'arte, pezzi di design e documenti di un'avventura imprenditoriale che, all'indomani della Grande Guerra, forgiò quel culto del consumo destinato a toccare picchi assoluti con il boom economico. L'inizio della storia è noto. Nel 1917 il senatore Borletti, industriale lungimirante, acquistò il vecchio emporio Boccini e chiese a D'An-



Cento vetrine

La Rinascente tra moda, arte e mito

nee di arredi moderni. Anche negli slogan si leggono indizi di ogni epoca: durante l'autarchia la grafia italianizzata dei tessuti di "raion" sostituì l'inglese "rayon".

La lezione del Bauhaus vide poi il passaggio di testimone dal pittore al grafico, che varò retini tipografici, giochi di geometrie e un mix di caratteri, Bodoni e Futura. Tradizione e modernità insieme. La stampa d'arte fu rimpiazzata dall'offset. Mentre le vetrine erano affidate a Bruno Munari, Roberto Sambonet, Albe Steiner, l'avanguardia del design, la comunicazione faceva capo a Max Huber (cui è intitolato il museo di Chiasso) che inventò il logotipo «IR». Max era arrivato da Zurigo per lavorare allo Studio Boggeri, da cui passò anche Lora Lamm, anima gentile di carte per packaging e vignette geniali sull'emancipazione femminile. Nel periodo eroico della Rinascente, approdarono nei suoi uffici pubblicitari anche giovani fotografi, come Toscani e Libiszewski che sperimentò i famosi scatti con le luci di Wool; come nelle discoteche degli anni Ottanta, facevano brillare i pizzichi bianchi macramé.

GEMELLI/OLIVIERO TOSCANI

nunzio di coniare un nome luminoso e inebriante: un simbolo del progresso. Borletti conosceva l'importanza della comunicazione e investì tutto sull'immagine, chiamando creativi blasonati. Nel primo manifesto di Achille Mauzan, un paggio porge-

va le chiavi del regno dello shopping a una vestale dello stile. Si spalancò l'impero dei sensi. Marcello Dudovich puntò sulla fascino delle sue femmine déco. Gino Boccasile tratteggiava guardarooba da villeggiatura. Mentre Gio Ponti studiava le li-

Balkan express
fly&tour operator

da € **240**

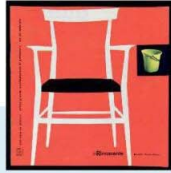
SHARM EL-SHEIKH

VACANZA COMPLETA CON VOLO DA VERONA E BERGAMO

Informazioni e prenotazioni presso le migliori agenzie di viaggio e sul sito www.balkanexpress.it

A PALAZZO REALE STORIE DI INNOVAZIONE

La mostra storica milanese si intitola "IR 100. Rinascimento. Stories of Innovation" è curata da Sandrina Bandera e Maria Cenalla e sarà allestita a Palazzo Reale dal 24 maggio al 24 settembre. Biglietti 8-6 euro, informazioni www.palazzoreale.it - www.rinascimento.it.



AL MAX DI CHIASSO LA GRAFICA E L'IMPRESA

"La Rinascenza. 100 anni di creatività d'impresa attraverso la grafica" a cura di Mario Piazza e Nicoletta Ossana Vadayini. Al Max museo di Chiasso (Canton Ticino), dal 20 maggio al 24 settembre, biglietti 10-7 euro. Info +41 (0)91 6950888 www.centrocultura.ch

15



Il personaggio

I ricordi di Italo Lupi: "Era un cenacolo internazionale, qui nacque il design"

"In quegli uffici abbiamo fatto la storia"

SIMONE MOSCA

LA fiancata nord del Duomo è vicina, statue e intarsi sembrano di poteri toccare. «Nei due anni trascorsi lì, osservavo quell'orizzonte che dalle finestre pareva un gioco da spiaggia, una cattedrale di sabbia, e mi veniva in mente un bimbo che una volta avevo sentito su di un tram: "Mamma, ma il Duomo è fatto a mano?". L'ascensore che avrebbe fatto salire Italo Lupi ai piani alti della grafica italiana, tra il 1960 e il 1962, di fronte alle guglie, fece lassù la sua prima tappa all'Ufficio sviluppo della Rinascenza, il tempio del rinnovamento creativo di Milano. Lupi, nato nel '34, aveva 26 anni. Fresco di laurea in architettura al Politecnico, dopo un breve apprendistato con i fratelli Castiglioni, vide spalancarsi le porte di un mondo in cui

entrò con l'entusiasmo che forse, negli stessi anni, provavano gli astronauti che da Cape Canaveral partivano per il cosmo. «Si faceva la storia e se ne aveva la sensazione».

Lupi, la Rinascenza la prese che era ancora un ragazzino.

«Sì, e pagava anche bene, ci comprava casa, non credo accada più. Non si

66

IMAESTRI

I nomi famosi c'erano tutti, da Munari a Sapper, da Huber a Dondero e Varisco

Italo Lupi, sopra un suo lavoro per Rinascenza



Chi c'era?

«Anzitutto il direttore, Augusto Morello, serio e severo intellettuale piemontese, il cui carattere era mitigato dalla dolcezza stravagante di

gante di Mocellini, elegante veneziano che lo assisteva. Attorno a loro ruotava un cenacolo internazionale. Finlandesi, giapponesi, tedeschi e americani. Restando ai nomi famosi, c'erano tutti. Bruno Munari, Grazia Varisco, Mario Dondero, Richard Sapper e Max Huber, Lora Lamm, Marco Zanuso, il grande Libbi, cioè Serge Libiszewski, fotografo simpaticissimo che oggi fa vino nel piacentino. E Roberto Sambonet che curò bellissime mostre dedicate all'artigianato messicano, giapponese, inglese».

Pare che Sambonet abbia influenzato il giovane vetrinista Giorgio Armani.

«Forse è una leggenda ma Armani assorbì quel gusto e fu uno dei frutti di quel momento magico. Che fece della Rinascenza un piccolo Ivrea milanese».

Una specie di Olivetti?

«Nel suo piccolo sì, c'erano la consapevolezza e l'orgoglio di stare ideando le regole che ancora oggi sono la grammatica del design milanese, e la lezione di Adriano Olivetti l'avevamo ben presente. Così come quella di Ernesto Nathan Rogers, che ci trasmise la capacità di far convivere l'eleganza dei mobili nautici del '700 inglese con l'essenzialità del moderno. Era una filiera scrupolosa, le idee erano passate al vaglio anche dai commessi anziani che subivano quasi una doccia scozzese quando si trovavano di fronte le nostre proposte ardite. Un altro mondo».

Quella Rinascenza è irripetibile?

«Credo di sì, il mondo è cambiato, e del resto quando dopo due anni partii militare, al mio ritorno già qualcosa era perduto».

ORFEDUELLA/REUTERS

Firma per loro.

Il tuo 5 per mille alla
Fondazione Francesca Rava
N.P.H. Italia Onlus
per salvare 80.000 bambini
all'anno all'Ospedale
Pediatrico N.P.H.
Saint Damien in Haiti.

5x
mille



codice fiscale
97264070158

Firma e inserisci il Codice Fiscale nella dichiarazione dei redditi

Padre Rikik Franchetta, medico in prima linea, da 30 anni direttore di N.P.H. Haiti, nel reparto malnutrizione del Saint Damien.



www.nph-italia.org



Milano

il Giornale

Mercoledì
24 maggio 2017



L'ATTENTATO DI MANCHESTER

Paura a Milano dopo la strage

Blindati i concerti di San Siro

Appello del sindaco Sala a prefettura e questura: «Più sicurezza in città»

■ Bandiere a mezz'asta per tutto il giorno sulla facciata di Palazzo Marino, un minuto di silenzio all'inizio della seduta del consiglio regionale. Le istituzioni hanno partecipato ieri alla tragedia che ha colpito Manchester. Un attacco terroristico all'Arena, piena di giovani, famiglie e bambini inglesi per il concerto di Ariana Grande. Un attentato tragicamente simile a quello del 13 novembre 2015 al Bataclan di Parigi, e che costringe ad alzare (ancora) la guardia anche a Milano proprio mentre si sta per aprire la stagione dei grandi concerti a San Siro e della movida all'aperto. Il sindaco ha già posto ieri il tema a prefetto e questore: «Non vogliamo fare cose che diffondano la psicosi ma dobbiamo essere estremamente prudenti».

Chiara Campo a pagina 4

AMPLIAMENTO

Oriocenter decolla al primo posto

■ È lo shopping mall più grande d'Italia. Giovedì apre la nuova ala di Oriocenter, il centro commerciale di lusso davanti all'aeroporto di Orio al Serio che conta 280 tra griffe e ristoranti e una superficie di 105mila metri quadrati. Tra le attrazioni il multisala con 4 spettacoli al giorno.

Marta Bravi a pagina 2

I PROLUNGAMENTI DEL METRÒ

Ripartono i lavori della rossa

La M5 a Monza per ora è spot



■ Il fatto certo è che da lunedì, dopo un anno e mezzo di stop dovuto all'innalzamento della falda e al fallimento della ditta appaltatrice, possono ripartire i lavori di prolungamento della M1 da Sesto Fs a Cinisello e Monza Bello. Due stazioni e 1,9 km di percorso, si prevede che la nuova tratta della «rossa» entrerà in servizio a fine 2019. Più incerto il futuro della linea 5 verso Sesto e Monza annunciato ieri dal sindaco Sala e dal collega-ricandidato Scagnetti. Tre scenari in campo verso Monza e che verso Sesto, ma servono quasi 1,4 miliardi e il 60% dovrebbe metterlo il governo.

servizio a pagina 3

IL LIBRO

«Torna» Toscanini il grande direttore che amò Milano

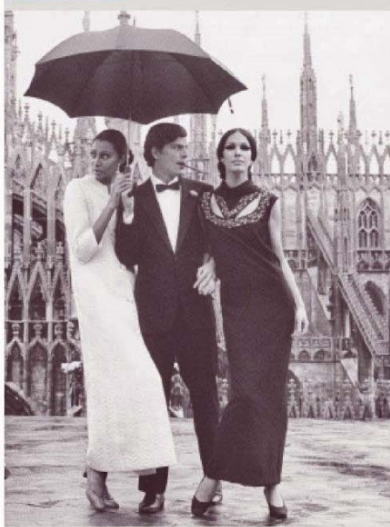
Elena Guaiardoni a pagina 11

BENEFICENZA DA PRIVATI

«Non poteva bere» Salvo al Policlinico un bimbo moldavo

Sabrina Cottone a pagina 6

PALAZZO REALE



I 100 anni della Rinascente

In mostra l'arte d'impresa

■ Fu Gabriele d'Annunzio a scegliere il nome «Rinascente» come nuovo brand per gli storici Magazzini Boccioni. Oggi, a cento anni da allora, il Comune e la Rinascente celebrano il secolo del nome con una mostra a Palazzo Reale che ripercorre un pezzo di storia del costume e della cultura di Milano e dell'Italia. In mostra una straordinaria varietà di opere d'arte, grafica, oggetti di design, immagini storiche e contributi inediti, capitoli importanti nella storia del costume, della comunicazione e della grande distribuzione in Italia.

Simone Finotti a pagina 12

PARCO SEMPIONE

Arco della Pace imbrattato col cuore rosa da 4 ragazzine



Andrea Baiardi

■ Un nuovo episodio di vandalismo ai danni del patrimonio storico milanese è avvenuto lunedì sera intorno alle 19. L'Arco della Pace, monumento che ricorda la pace tra le nazioni europee raggiunta nel 1815 con il congresso di Vienna, si è trasformato due sere fa nel diario segreto a cielo aperto di quattro quindicenni italiane.

Le giovani armate di bomboletta di vernice spray fucsia hanno deturpato una parete dell'arco trionfale con un grosso cuore al cui interno hanno anche inserito le loro iniziali: G.S.I.T. (nella foto). Un simbolo della loro amicizia impresso senza alcuna sensibilità culturale su più di 200 anni di storia. Oltre ad aver realizzato il grosso graffito precedentemente le ragazzine hanno anche scritto i loro nomi con un pennarello in un altro punto della facciata.

Le adolescenti sono state colte in flagrante dai carabinieri dalla stazione di Porta Sempione, che effettuavano un servizio di vigilanza e controllo nel parco e che hanno notato le giovani vandale improvvisate.

Questa bravata è costata alle quattro minorenni, tutte studentesse, una denuncia a piede libero per deturpamento e imbrattamento. Non sono però le uniche autrici delle scritte e dei disegni che rovinano l'arco. Nel corso del tempo molti writer hanno lasciato un segno del loro passaggio ma le loro identità restano, a contrario di quella delle «amiche del cuore», tuttora ignote.

CENTRO DISTRIBUZIONE



FLUIDMEC offre con ampia ed immediata disponibilità la gamma completa PL.EFFE.CI di collari e cavallotti per il fissaggio dei tubi in oleodinamica, pneumatica, mineraria, piping petrolifero, gasdotti, idrico, fotovoltaico navale e offshore.

Brescia | Coccaglio | Sarezzo | Gavardo | Isorella | Treviglio
Sede: Brescia - Via Gussalli, 4 - Tel. 030 2686511 - Fax 030 3581279

www.fluidmec.it

Tutto subito ovunque!

FLUIDMEC
PASSIONE UNICA, SOLUZIONI INFINITE

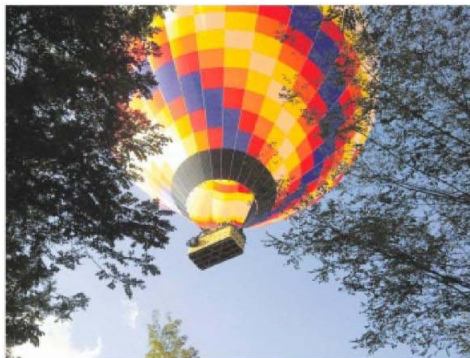
OLEODINAMICA | PNEUMATICA | AUTOMAZIONE

Member of IT'S WORLD

www.fluidmec.it

14 MILANO ALBUM

Giovedì 1 giugno 2017 | Il Giornale



PER TUTTI I GUSTI

A Rho, nell'ex area Expo ora ribattezzata Experience, da domani a domenica si potrà fare di tutto tra droni, mongolfiere, simulatori di volo. Al Castello Sforzesco, invece, si può visitare il nuovo allestimento del «Museo delle Arti Decorative».



Francesca Amè

COSA FARE NEL WEEKEND LUNGO

■ Musei aperti per tutti i gusti, cinema in «luoghi speciali» e festival in giro per la città: non si può dire che a Milano ci siano poche cose da fare, durante il ponte del 2 giugno. Abbiamo preparato un piccolo vademecum del «divertimento intelligente», da gustarsi da soli, in coppia, con gli amici o in famiglia.

DALLA TRIENNALE AL PAC

Musei «aperti per ponte» a Milano, dalle 9.30 alle 19.30. Può essere l'occasione giusta per gustarsi il nuovo allestimento museale del «Museo delle Arti Decorative» del Castello Sforzesco, giusto accanto alla nuova caffetteria, oppure per ammirare la Pietà di Michelangelo (necessaria la prenotazione su ticketone.it) e poi farsi un giro al Parco Sempione, che è giusto lì accanto. Se lo percorrete tutto, uscendo verso viale Alemagna, vi trovate alla Triennale: tante le mostre in corso. Merita il nuovo allestimento del Design Museum: «Giro Giro Tondo. Design for children» (venerdì alle 11.30, sabato e domenica alle 15.30, visita guidata speciale per famiglie alle 11.30, 5 euro, prenotarsi a visiteguidate@triennale.org). Se siete amanti dell'arte contemporanea, sabato 3 giugno (ore 16.30, 5 euro con prenotazione consigliata), visita guidata alla grande mostra «La terra inquieta», un progetto di Massimiliano Gioni per la Fondazione Trussardi, in cui si riflette sui rapporti tra l'arte e il suo posto (e il suo sguardo) sul mondo e le sue contraddizioni. Rimangono sul contemporaneo: mancano due settimane alla chiusura della mostra di Keith Haring, il genio della street-art: la ospita Palazzo Reale ed è davvero ben fatta, grazie alla collaborazione con la Keith Haring Foundation. Pochi giorni (chiude il 4 giugno) per ammirare invece le fotografie di Santiago Sierra: bisogna andare al Pac di via Palestro e tenersi pronti perché alcune immagini sono veri e propri pugni nello stomaco. Più distensivo e armonico invece il percorso nella vicina Gam, che mette in mostra i pezzi più belli dei suoi depositi («100 anni di scultura», dalle 9 alle 17.30). Raffinata e anche «benefica» l'esposizione dei Bagatti Valsecchi: per la regia di Vittorio Sgarbi, «Ritorno a Cola

Mongolfiere, parchi, festival Istruzioni per il ponte in città

Musei tutti aperti, mostre da vedere e cinema sui tetti Alla Fabbrica del Vapore tre giorni di «design digitale»

dell'Amatrice» propone nella sede di via del Gesù (13.17-45), le opere della Pi-

nacoteca Civica di Ascoli Piceno, collegando alla mostra una campagna fondi con la

Regione Lombardia per promuovere le opere provenienti dalle zone terremotate e so-

stenere il restauro di quelle che ne necessitano. Più leggerezza a Palazzo Reale, con le

celebrazioni del centenario della Rinascenza in una mostra che racconta quanto il primo megastore italiano abbia inciso sui nostri gusti («LR100. Rinascenza») ed è l'ultimo mese (chiude il 2 luglio) anche per vedere «Manet e la Parigi Moderna».

IN VOLO NELL' AREA EXPO

Almeno due gli appuntamenti del ponte. Per il «Festival del volo» bisogna andare a Rho, nell'ex area Expo, ora ribattezzata Experience: dove dal 2 al 4 giugno si potrà fare di tutto tra droni, mongolfiere, simulatori di volo. Tantissime le attività in agenda, tra cui laboratori per i più piccoli e una mostra sull'aerostatica (ovviamente: street-food di rigore, tutto il programma su www.festivaldelvolo.it). Per chi vuole invece approfittare dei giorni di vacanza per la sua formazione, il posto giusto è la Fabbrica del Vapore: da oggi fino al 3 giugno è «Digital Design Days» (info, costi e programma qui: www.ddd.it): conferenze, installazioni, attività di networking (e anche sezioni a pagamento con guru del settore) per un grande festival della cultura digitale.

BAMBINI

Oltre al percorso al Design Museum, che ben si presta per il pubblico degli under 16, anche il Museo della Scienza e della Tecnologia può essere un'ottima alternativa in famiglia per i giorni del ponte. Oltre alla collezione permanente, si possono vedere «Transformers Art», con le 8 sculture metalliche di Danilo Batic realizzate con materiale di recupero, «100 volte in Giro» (dedicata alle bici e al Giro d'Italia) e la bella mostra fotografica (raccomandata specialmente per le bambine «Space Girls, Space Women») oltre ai tanti laboratori prenotabili su www.museoscienza.org.

SERATE HIGHLIGHT

Se sulla Highlight Galleria proseguono le proiezioni «Film sui tetti» (ore 21, costo del biglietto: 12 euro, consultare il sito www.highlightgalleria.com/cinema.html perché i posti sono limitati), lo Spazio Oberdan offre un piatto succulento per cinefili: «Aki Kaurismäki in 35 mm», dedicata al regista finlandese: venerdì 2 giugno proiezione del cult «Leningrad Cowboys go America» del 1989 (ore 19, 7,50 euro).

domani 2 giugno

APERTI

con i consueti orari feriali

Per informazioni sulle aperture:

800-866555 24 ore su 24

www.ESSELUNGA.it

scarica l'APP GRATUITA

LAVORI DA 1,3 MILIARDI

Il prolungamento di M5 sarà pronto nel 2028

servizio a pagina 39

I NUMERI DI IERI

12 Borseggi	3 Furti in appartamenti e negozi
5 Scippi	2 Furti di autovetture
4 Rapine	5 Furti a bordo di autovetture
10 Truffe	4 Arresti

DOPO MANCHESTER

Allarme terrorismo sui concerti a San Siro

servizio a pagina 39

• I GREGORI •
MILANO
ITALIAN FINE JEWELLERY

LiberoMilano

• I GREGORI •
MILANO
ITALIAN FINE JEWELLERY

Redazione cronaca: viale Majno 42, 20129 Milano; telefono 02.999666; fax 02.99966227; email: milanocronaca@liberoquotidiano.it. Pubblicità: Speed Società pubblicità editoriale e Digitale, Viale Milanofori Strada 3, Palazzo 810 - 20090 Assago (Milano); tel. 02.57577.605/640

Commento

INVECE DI CACCIARLI
LAGIUNTA REGALA SPAZI
ACHI HA OCCUPATO

MASSIMO COSTA

La giunta Pisapia, coerentemente con la storia e la militanza di alcuni dei suoi protagonisti più in vista, aveva provato per anni di regolarizzare il Leoncavallo. Il piano - cedere alcuni palazzi comunali ai proprietari dello storico edificio di via Watteau in cambio del centro sociale - era però naufragato in seguito alle divisioni interne al centrosinistra.

Ma ogni epoca ha i suoi simboli e le sue infatuazioni: così la giunta Sala, guidata dal manager di Expo che ha sposato la sinistra radicale milanese pur di conquistare Palazzo Marino, ha trovato una nuova missione. Legittimare «Macao». Ovvero trovare il modo per regolarizzare quel collettivo pseudoartistico che ha occupato abusivamente la Torre Galia prima di trasferirsi nell'ex Macello di viale Molise di proprietà della Sogemi (società partecipata da Palazzo Marino). Invece di denunciarli e condurre una grande battaglia di legalità per riconsegnare alla società pubblica i suoi spazi, l'amministrazione per bocca dell'assessore al Commercio Cristina Tajani ha aperto alla regolarizzazione di Macao: ieri è avvenuto il primo incontro tra le parti. Gli attivisti del collettivo hanno chiesto al Comune l'affidamento diretto degli spazi, oggi occupati abusivamente; la giunta, da parte sua, ha «apprezzato» il lavoro culturale di socializzazione di Macao, riservandosi però approfondimenti legali sulle prossime mosse. A parte tutte le strade, dal bando pubblico alla concessione temporanea.

Eppure, al di là di come andrà a finire, la scelta di sedersi al tavolo con chi occupa spazi abusivamente rappresenta già un gravissimo errore. Ma come, da una parte si sfilano nelle periferie promettendo di rigenerare le case popolari e poi ci si siede al tavolo con chi requisisce i locali illegalmente? Le associazioni culturali che fanno fatica a pagarsi l'affitto a Milano verranno scavalcate dai ragazzotti che hanno sottratto un bene pubblico? E la Corte dei Conti non avrà nulla da dire sulla eventuale cessione di un bene pubblico senza gara? Un consiglio alla giunta: fermate questo scempio.

© ANSA/LORENZO BISSIATA

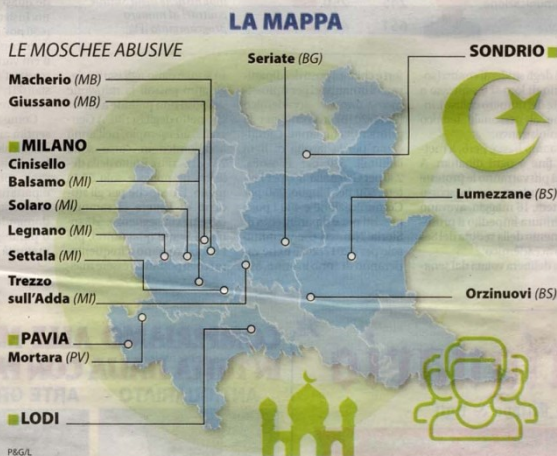
A due anni dall'evento, complimenti a Sala

L'eredità dell'Expo: 115 milioni di debiti

Fornitori non pagati e decine di cause aperte. I liquidatori: rischi e incertezze sui conti

LETTERA DEL PIRELLONE A 65 SINDACI

Guerra di Maroni alle moschee abusive



Sono partite ieri pomeriggio le 65 lettere ad altrettanti Comuni lombardi per spiegare loro come sanare eventuali illegalità di carattere urbanistico per moschee o centri culturali islamici. Questo è l'ultimo atto dell'operazione condotta dall'assessore Viviana Beccolossi e iniziata la scorsa estate con la mappatura dei luoghi di culto presenti in regione voluta da Maroni.

servizio a pagina 39

L'Expo 2015 se da un lato ha lasciato la storia di un grande successo mediatico e di un ritorno in immagine per la città di Milano. Dall'altro ha lasciato una situazione contabile complessa. Secondo i liquidatori i debiti verso fornitori ammontano a 115 milioni di euro. A questi se ne devono aggiungere altri 99, che i liquidatori giudicano però «compensabili».

FABIO RUBINI a pagina 35

Multe contestate Cartelli trappola intorno ad Area C

DINO BONDAVALLI

Il caso più eclatante è quello di una automobilista che nel periodo dal 13 febbraio al 30 marzo, cioè quello intercorso tra l'entrata in vigore delle nuove norme di accesso all'Area C e la ricezione del primo verbale, ha accumulato multe per circa 2 mila euro. Ma i milanesi con auto a gpl, metano e bifuel per i quali le nuove regole adottate (...)

segue a pagina 37

Il Senato accademico approva il piano del rettore Statale, numero chiuso a Lettere

Si è conclusa nel pomeriggio di ieri la tormentata vicenda del numero chiuso per i corsi umanistici della Statale. Ed è arrivata la svolta. Il Senato accademico si è espresso favorevolmente, mentre fuori dall'aula centinaia di studenti protestavano.

La delibera, votata dai senatori, è chiara: per la prima volta i posti per le facoltà umanistiche nell'anno accademico 2017/2018 avranno un limite, che varerà di anno in anno.

MIRIAM ROMANO a pagina 34

La mostra a Palazzo Reale

Moda e design: la Rinascente festeggia i 100 anni

NICOLETTA ORLANDI POSTI

Era il 1917 e Senatore Borletti, dopo aver acquistato i grandi magazzini Bocconi, chiese all'amico Gabriele D'Annunzio di trovare il nome per la sua nuova impresa. «Rinascente», fu la futuristica risposta del Vate. Comincia così una grande storia milanese fatta di passione, talento e capacità di visione. Una storia che a distanza di cento anni viene rac-



Uno dei manifesti di Dudovich

contata a Palazzo Reale con una mostra che inaugura oggi e che documenta - attraverso opere d'arte, grafica, oggetti di design, immagini storiche e contributi inediti - come la Rinascente abbia scritto capitoli importanti nella storia del costume, della comunicazione e della grande distribuzione. Il modello di vendita innovativo con la merce esposta negli scaffali a prezzo fisso, (...)

segue a pagina 37

SLOT e VLT
www.slotterylasvegas.it

-SLOTTERY-
Las Vegas

18

SLOTTERY
Las Vegas

Milano:
Viale Gran Sasso 30
Viale Abruzzi, 83
Via Santa Rita da Cascia, 61
P.le Corvetto, 3

È VIETATO L'INGRESSO AI MINORI DI 18 ANNI

LiberoMilano CRONACA

Mercoledì 24 maggio 2017 37
@ commenta su www.liberoquotidiano.itsegue dalla prima
DINO BONDAVALLI

(...) da Palazzo Marino si sono tradotte in una stangata impreveduta non molti di più. Se da un lato il Comune si è preoccupato di comunicare ai mezzi di informazione il cambio di regime, che ha fatto scattare il divieto di accesso per i veicoli diesel Euro 3 e che ha introdotto il pagamento del ticket da 5 euro anche per quelle categorie di mezzi che avevano sempre usufruito dell'ingresso gratuito in virtù di un impatto ambientale particolarmente basso, dall'altro si è dimostrato molto meno efficace nella comunicazione lungo le strade cittadine.

Così, mentre i cartelli a messaggio variabile lungo via Palmanova e le altre arterie di accesso alla città hanno informato gli automobilisti a proposito delle nuove regole, quelli installati in prossimità dell'accesso alla Cerchia dei Bastioni si sono dimostrati tutt'altro che efficaci. Con la conseguenza che molti cittadini in buona fede hanno accumulato decine di multe nel giro di poche settimane.

D'altra parte, per capire il perché non serve nemmeno verificare se i cartelli siano stati tutti posizionati entro il 13 febbraio o se, invece, siano stati installati in alcuni casi anche con settimane di ritardo come sostengono gli automobilisti che stanno presentando ricorso. Per avere un'idea di come i cartelli rappresentino una trappola basta prendere la situazione attuale, con cartelli posizionati oltre il limite di accesso all'Area C, cartelli semi-invisibili perché nascosti dalle piante come nel caso di corso di Porta Vittoria, e cartelli pressoché invisibili come quello all'accesso da via Ca-



La tassa di ingresso in centro per le auto

Cartelli trappola di Area C «Multe irregolari ai gpl»

Segnali invisibili o installati in ritardo, pioggia di ricorsi in via Friuli

brini per chi arriva da Porta Romana lungo via Filippetti.

«Ho sentito i colleghi di via Friuli e so che stanno arrivando diverse persone con auto a gpl per chiedere lumi o presentare ricorso proprio per questo motivo», conferma Claudio Sibilla, delegato del sindacato Adl. «C'è parecchia rabbia, anche perché le multe si sommano al fatto di essersi trovati a dover pagare per l'accesso all'Area C». «Sembra di intravedere una sorta di accanimento del Comune verso coloro che avevano investito in un'auto a gpl o a metano spinti da una parte

da interessi economici e dall'altra da considerazioni ambientaliste, e che ora si ritrovano "comuti e mazziate", con i 5 euro da pagare da una parte e le multe a pioggia dall'altra», prosegue Sibilla.

A sostegno degli automobilisti che decidono di fare ricorso c'è il fatto che «le ordinanze del sindaco devono essere manifestate in modo esplicito e chiaro», sottolinea Giovanni Aurea, presidente di Adpl, l'Associazione per i diritti e protezione dei lavoratori fondata senza scopi di lucro da un gruppo di agenti della polizia locale di Mila-

no. «I cittadini meriterebbero un adeguato servizio informativo: il decreto legislativo 165 del 2001 all'articolo 11 prevede infatti l'istituzione di uffici per portare a conoscenza della cittadinanza le normative». Nell'attesa che ciò avvenga «Adpl mette a disposizione l'ufficio legale di cui fa parte Tatiana Benelli per fornire gratuitamente il supporto necessario a districarsi con le multe ritenute ingiuste», annuncia Aurea. «Sarà anche possibile chiedere chiarimenti tramite email a assodiritiprotezione@gmail.com».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Mostra a Palazzo Reale

Moda, design e arte I primi 100 anni della Rinascente

segue dalla prima
NICOLETTA ORLANDI POSTI

(...) non solo fu la chiave di volta di un'economia moderna, ma produsse decisivi cambiamenti nella vita quotidiana della nascente società dei consumi creando nuovi miti, rivoluzionando l'immagine femminile e maschile e stimolando la nascita dei sistemi produttivi legati alla moda e al design. Made in Italy.

«LR100» è articolata in un percorso che parte dai manifesti realizzati da Marcello Dudovich - che nei suoi trent'anni di sodalizio con la Rinascente creò anche cataloghi, cartoni pubblicitari, opuscoli, foglietti, dépliant - e si conclude con il premio "Compasso d'Oro" che dal 1954 su idea di Gio Ponti e Alberto Rosselli e fino al 1964 assegnò riconoscimenti agli oggetti più innovativi di design (in mostra tra gli altri c'è la scimmietta Zizi di Bruno Munari, la celebre macchina da scrivere Olivetti "Lettera22", la lampada Luminator di Castiglioni, il televisore Doney della Brion Vega). Non manca il cinema: la nuova comunicazione e grafica dagli anni Cinquanta in avanti; gli allestimenti e gli eventi; i nuovi consumi; il costume e la moda con la rivoluzione del prêt-à-porter.

Grande spazio è dedicato agli artisti determinanti nel creare il clima culturale dell'epoca e ai giovani collaboratori che, grazie al laboratorio formativo della Rinascente, divennero protagonisti di nuovi fronti creativi anche nella gestione amministrativa e nella produzione industriale. Le idee rivoluzionarie dei movimenti artistici più importanti, come quelle di Crotti, Le Corbusier, Kandinskij, furono il background dei grafici e designer della Rinascente, che acquisirono un linguaggio nel quale si percepisce lo stretto rapporto con l'arte. Ciò spiega la presenza in mostra anche di opere dell'epoca firmate da Depero, Melotti, Fontana, Soldati, Ceroli, Rotella, Warhol, Pistoletto, Manzoni. «LR100» potrà essere visitata fino al 24 settembre.

EMORROIDI

LA SOLUZIONE È LA NUOVA CTS

DOTT. MARIO PETRACCA PROCTOLOGIA



TEL: 333 9516141

MAIL: info@emorroidi.eu www.emorroidi.eu

Risolvi il PROBLEMA delle EMORROIDI

Rapido • Senza Dolore • Senza Ricovero

Contatta adesso il Dott. Mario Petracca

MILANO - ROMA - BOLOGNA - RIMINI

sabato 3 giugno 2017

Alias

5

ultra vista

In mostra
quello stile
del '900ESPOSIZIONE » LA RINASCENTE 100 ANNI
(1917-2017) A PALAZZO REALE DI MILANO

sua storia, ma testimonia il forte impatto innovativo di cui il grande magazzino è stato portatore, dai modelli di consumo all'affermazione del made in Italy, come dice Maria Cella che assieme a Sandrina Bandera ha curato la mostra. Moda, oggetti di design, arredi, manifesti ideati da grandi artisti come Gio Ponti, Bruno Munari, Vasilij Kandinskij, Mario Ceroli, Marcello Dudovich ne segnano l'interessante percorso. Nel sincretismo delle varie esperienze che concorrono a animare il «laboratorio Rinascente» è suggestiva l'esperienza di Giorgio Armani che, prima di diventare lo stilista di fama internazionale, tra la fine degli anni Cinquanta e inizio Sessanta, ha sperimentato la sua creatività nel grande magazzino milanese coordinando i vari studi di architettura che realizzavano le mostre e ideavano le vetrine. Nello stesso periodo si affermano le settimane a tema sui vari paesi del mondo dall'India alla Gran Bretagna al Giappone e a molti altri, mettendo in vendita abiti, scarpe, oggetti, arredi, prodotti gastronomici in una polifonia mescolanza di culture e di consumi.

La moda della Rinascente, un'isola in un mare di piccola vendita, non incontra però alla sua nascita l'entusiasmo della classe medio-alta, tanto che lo stesso D'Annunzio confessa: «Ah, se quello che vedo in certi magazzini costasse molto, come sarei felice di comprarlo». A lui fa eco Eleonora Duse: «Ci vado perché, tra tutta la gente che lì anima, trovo un po' d'oblio, e poi ci vado anche per ritrovare la semplice ragazza che ero. Come vorrei essere una donna come tante che si accontentano di un abito non necessariamente costoso! Potrei anche averlo oggi la mia gioia». Ma è proprio la politica del grande magazzino ispirarsi alla massima del maggior numero di affari attirando il pubblico con i prezzi più bassi. Un principio nuovo che concorda con l'efficienza determinata dalla folla dei compratori e dalla massa delle merci in vista. Ci sono i prezzi fissi, non più contrattati con il venditore, si possono cambiare gli articoli se arrivati a casa non sono più di proprio



Il giovane industriale Borletti acquistò i magazzini «Alle città d'Italia» e chiese a D'Annunzio di suggerire un nuovo nome

Foto grande: «Estate» di Dudovich (1934); La piuma 1964, Copertina catalogo estate. «Indios»: 1955, Max Huber, Copertina catalogo estate

gusto. Per far amare il nuovo modo di distribuzione delle merci e per attirare le compratrici si fa complice Dudovich, un triestino estroverso e vivace che con le sue irresistibili figure femminili sigla un'epoca, un modo di vivere idealizzato, uno stile, sottraendosi per sempre all'assalto del tempo. La sua firma coincide per oltre trent'anni con il marchio della Rinascente. Nell'ottantina di manifesti dedicati al paradiso delle signore compare spesso un'unica figura femminile, la protagonista di una sorta di fantasmagorico mondo parallelo in bilico tra simbolo e merce. Nelle Novità di Stagione nasce la primavera e incalza l'estate con il vestito verde gonfiato dal vento. Il volto della donna è quasi interamente nascosto dal grande cappello ma le sue braccia sembrano offrirsi allo sguardo. Sullo sfondo di una striscia di mare azzurro, la donna nel rosso estivo si ripara dal sole con un gesto sinuoso. Radiosa fa lo sci d'acqua. Sfoggia la rivista di moda. Si abbronzia al centro di un grande fiore, con la mano si ripara gli occhi dal sole, anche se è in Vacanza non ha nessuna intenzione di perdersi la Vendita Speciale d'Estate. Ma nel Mare Monti Campagna è proprio una venere con i capelli al vento che esce dalla conchiglia tra i vestiti. La donna-rinascente è la bionda fata benefica, circondata dallo sfarfallato dei figurini di moda che distribuisce con entusiasmo. Sta aprendo l'ombrello, ma con l'altra mano si difende dal vento. Il vestito è una macchia di colore e di vitalità sullo sfondo dei nuvoloni. Nell'Autunno Inverno è infreddolita ma il cappotto la sta raggiungendo. Si abbraccia al pupazzo di neve in cilindro e stola di pelliccia al collo. Seduta in groppa all'orso bianco, ci guarda lontana con il mantello d'ermellino dai neri bordi di volpe, mentre cadono i primi fiocchi di neve. Queste donne si stagliano sullo sfondo vuoto tra casalinghe, signorine e mondane, ci vengono incontro sorridendo, sono tante, tutte uguali e diverse, chissà se sanno di incarnare il come eravamo del costume e della pubblicità, un pezzo della nostra vita e della nostra storia.

MATILDE HOCHKOFER

■ Nessuno meglio di Octave «le Mouret», il protagonista di *Al Paradiso delle signore* di Emile Zola, strepitoso archetipo dell'immaginario commerciale, incarna lo spirito del grande magazzino quando, nel finale del romanzo, guarda dall'alto dello scalone l'immensa navata dove al momento della chiusura sciamano il popolo di donne sedotto dallo scintillio delle merci: «La calca si stava fendendo là dove in più punti si formavano colonne di gente avviata alle uscite; la febbre di questa grande giornata di vendita stava passando come passa una vertigine... la clientela, spogliata, quasi violata, andava via mezza sfatta, con la voluttà sazia e la sorda vergogna di un desiderio appagato... Da quel che lui aveva creato, era sorta una nuova religione; alle chiese disertate dalla fede intepidita aveva sostituito quel bazar sempre affollato».

Se il libro celebra il punto d'arrivo, quasi l'apoteosi, di un nuovo modo di distribuire e vendere le merci, in Italia la nascita della Rinascente ha origini lontane. Da quando i fratelli Luigi e Ferdinando Bocconi aprono a Milano nel 1865 in via Santa Redegonda il loro negozio. Dodici anni dopo comprano un albergo e lo trasformano

in «Alle Città d'Italia». È il primo grande magazzino italiano. Il successo dell'impresa li porta a costruire più tardi una nuova sede in piazza del Duomo, che impressiona il pubblico soprattutto la sera con la sfarzosa illuminazione delle sue vetrine. Sull'onda del grande successo ottenuto a Milano, aprono nuove filiali nelle principali città italiane. La sede di Roma è inaugurata con clamore nel 1887 alla presenza del re Umberto I. Sorta nel centralissimo Largo Chigi è un esempio di palazzo industriale destinato al commercio. Il suo pozzo centrale, il motivo rassicurante delle logge, il predominio del vuoto sul pieno e soprattutto l'uso del metallo, ne fanno una delle migliori opere dell'Ottocento romano. Si può ammirare ancora la sua struttura originale nel film *I grandi magazzini* che Mario Camerini girò nel 1939 tutto al suo interno, ricostruendo di fantasia la vita in quella specie di universo concentratorio, con le commesse in divisa di satin nero e colletto bianco, le gerarchie impiegate, il finto pubblico che lo frequentava, e con le storie d'amore di replica, di onestà e di corruzione. Uno dei pochi film italiani che si confronta con la società di massa che si avvia verso l'autarchia.

Gli anni 1917 i magazzini pe-

rò avevano perso il loro fascino, anche perché dopo la morte dei due fratelli Bocconi, nessuno dei loro figli se n'era più curato. Prima del fallimento il acquirente Senatore Borletti, un giovane industriale ammiratore di D'Annunzio che proprio al Vate chiede di suggerirgli un nuovo nome. Il poeta, che stava per partire per la Befra di Bucchieri, adeguatamente foraggiato con cinquemila lire, inventa «La Rinascente». «Chiaro, semplice, opportuno», specifica. La grande guerra è nel suo momento cruciale per l'Italia con la disfatta di Caporetto, ma il nome del nuovo magazzino sembra suggerire ottimisticamente l'idea della rinascita. Ma pochi mesi dopo la sua inaugurazione, la notte di Natale 1918, un incendio distrugge completamente il palazzo Bocconi, sede dei grandi magazzini. Borletti non si demoralizza e dopo il disastro fa ricostruire il nuovo palazzo milanese inaugurato nel marzo 1921 alla presenza del duca d'Aosta. Con il suo portico a colonne di granito rosso lucido, il doppio ordine di logge e loggette, le merci esposte come in una galleria d'arte, appare ai primi visitatori un sorta di giardino delle meraviglie. La mostra, «La Rinascente 100 anni (1917-2017)» a Palazzo Reale di Milano dal 24 maggio al 24 settembre, rivista non solo la

LA RINASCENTE CENTO ANNI DI GLAMOUR E CREATIVITÀ

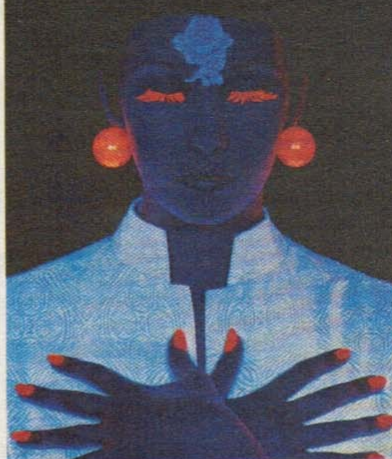
DUE MOSTRE (A PALAZZO REALE E A CHIASSO)
RIPERCORRONO UN SECOLO DI CAMPAGNE
FIRMATE DA DUDOVICH, STEINER, NOORDA, HUBER
di Chiara Gatti

“**W** l'estate”. Un manifesto del 1965 lanciava, con questo motto popolare, la linea moda spiaggia nelle vetrine tirate a lucido della Rinascente. Il progetto grafico di Serge Libiszewski e Salvatore Gregoriotti ritraeva, con colori fluorescenti, una modella dai toni esotici. “Estate indiana” fu il trend di una stagione memorabile. Sui manichini sfilavano caftani, foulard etnici, orecchini giganteschi di perle e bambù. Dieci anni prima era stata l'epoca delle gonne larghe a scacchi. Dieci anni dopo, sarebbero arrivati i poncho e i jeans sfilacciati. Stile flower power. Sotto i portici dei grandi magazzini di corso Vittorio Emanuele sono passati così tutti i capitoli di una storia del costume, ma anche della grafica pubblicitaria che ha veicolato il successo di un luogo glamour per lo shopping del secolo. La Rinascente festeggia oggi cento anni di vita. Era infatti il 1917 quando il senatore Borletti, che aveva acquistato i magazzini Bocconi, chiese a D'Annunzio di inventare un nome nuovo per il suo emporio, capace di riassumere l'eccitazione di una società moderna desiderosa di sbocciare e votarsi al culto del consumo. Il Vate partorì “La Rinascente”. È fu subito boom. In occasione di questo anniversario, due mostre ripercorrono l'evoluzione del marchio attraverso le immagini grafiche che lo hanno reso famoso nel mondo. A Palazzo Reale, “Stories of Innovation” mette in fila opere d'arte, oggetti di design, foto storiche di una azienda che creò gusto e mito del made in Italy. In contemporanea, al Max Museo di Chiasso, intitolato al celebre designer svizzero Max Huber, sfilano manifesti, locandine, campagne grafiche e fotografiche, che, dagli anni del liberty fino al design del decennio Settanta, sfoggiano i nomi straordinari di Dudovich, Steiner, Lora Lamm, Sambonet, Bob Noorda, Munari e poi Lupi o Bellini. Oltre a maestri dell'obiettivo come Mulas, Libiszewski e Toscani. Risale proprio a Huber l'ideazione del monogramma “IR” diventato, a sua volta, una vera griffe.

ARTE

estate indiana

IR



Sopra, manifesto di Max Huber, 1954;
in alto, Serge Libiszewski, 1968

Dove

LE SEDI

Palazzo Reale, dal 24
maggio al 24 settembre;
ingresso: 8/6 euro;
www.palazzorealemilano.it
www.rinascente.it.
m.a.x. Museo, via Dante
Alighieri 6, Chiasso, dal 20
maggio al 24 settembre;
ingresso: 10/7 euro; info
0041.91.6950888.

54

vivimilano
17 V 2017CONTATTI
CULTURA/MOSTRE Irene Lasalvia
ilasalvia@corriere.it

Arti



Pascal Vieber/ArtcomPress

DRAMMATURGA E SCRITTRICE YASMINA REZA

Un «giallo» per Yasmina

LA REZA PRESENTA AL «PARENTI»
IL SUO **NUOVO ROMANZO**

* IRENE LASALVIA

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Espietata quando parla d'amore, disincantata quando scrive di felicità, imperturbabile quando dà vita a un omicidio, Yasmina Reza è così, non ha pietà per la vita: prima la scruta con quel suo sguardo intelligente e fiero e poi, filo dopo filo, la dipana svelandone segreti e brutture, paradossi e storture. Non c'è giudizio nel suo narrare, non ci sono condanne, imbarazzi, paure, contano solo la storia e i personaggi, tutti forti e delineati, sarà che la Reza (classe 1959, parigina, figlia di un ingegnere iraniano e di una violinista ungherese) nasce come drammaturga e «nel teatro ogni personaggio ha la sua voce». Come la protagonista del suo ultimo romanzo «Babilonia» (edito da Adelphi) che la scrittrice presenterà con Elena Stancanelli lunedì 22 al teatro Parenti: una donna matura che nel gioco dell'esistenza si trova incastrata in un evento che va ben oltre la banale quotidianità. Del resto quando mai è banale la vita raccontata dalla Reza? Se una tranquilla discussione tra genitori può trasformarsi in una carneficina («Il dio del massacro», da cui Polanski ha tratto il film «Carnage»), i racconti di una manciata di coppie in un viaggio nell'assurdo («Felici i felici») e la discussione su un quadro in uno psicodramma («Arb», una delle sue prime commedie teatrali tradotta in ben trenta lingue), cosa potrà succedere con di mezzo un omicidio?

YASMINA REZA. LUN. 22. ORE 19.30. TEATRO FRANCO PARENTI. VIA PIER LOMBARDO 14. ☎ 02.59.99.52.06. BIGLIETTERIA@TEATROFRANCOARENTI.IT. €3,50.



Buon compleanno Rinascente!

Cent'anni fa, Gabriele d'Annunzio inventò il nome de «la Rinascente»: un luogo che, in varie sedi nel centro di Milano fino a quella definitiva affacciata su piazza Duomo, diventò nel Novecento un simbolo innovativo dell'economia milanese e un terreno di nascita di nuovi modelli di consumo. E ora Palazzo Reale le dedica una mostra «La Rinascente 100 anni (1917-2017)» a cura di Sandrina Bandera e Maria Canella: un'esposizione che racconta — attraverso opere d'arte e grafica di Munari,

Melotti, Fontana, Soldati, Ceroli, Rotella, Warhol, Pistoletto, Manzoni, oltre a oggetti di design, immagini storiche e proiezioni di spezzoni di film — la storia di questo grande magazzino che fu un atelier del Novecento, una fucina per la moda pret-a-porter e un fronte dell'emancipazione femminile. **i.b.**

«LA RINASCENTE 100 ANNI». DAL 24 MAGGIO AL 24 SETTEMBRE. ORARI: 9.30-19.30; LUN. 14.30-19.30; GIO. E SAB. 9.30-22.30. PALAZZO REALE, PIAZZA DUOMO 12. ☎ 02.88.44.51.81. €8/6.

Stile

un settimanale di

moda • tecnologia • viaggi • motori • casa • buon vivere

I 100 ANNI DELLA «RINASCENTE»

Tutto il fascino di una vetrina

di Elda Lanza

Difficile immaginare che *La Rinascente*, quella che oggi conosciamo, possa compiere cento anni. Lunghi, difficili, portatori di guerre, epidemie, cambiamenti. Cento anni di valori riconosciuti ormai in tutto il mondo.

Cento anni. E *La Rinascente* sempre al suo posto, dopo un incendio che ne ha cancellato le origini diverse, ma già promettenti. E nel 1917 arriviamo al senatore Borrelli, un bell'uomo con i baffi a punta e all'insù, il pizzetto, il collo della camicia rigido, il nodo voluminoso della cravatta: a significare un'eleganza emergente che stava facendosi notare. Anche attraverso quelle vetrine rinnovate, faticosamente ricostruite, e che dovevano testimoniare di un concetto emergente di eleganza democratica. Un'eleganza di qualità alla portata della borsa di molti.

E per dargli un nome un copywriter d'eccezione: Gabriele D'Annunzio. Stravagante ma molto vicino alla realtà del suo tempo e al concetto di persuasione che la pubblicità avrebbe assunto.

La Rinascente. Perché rinata dall'incendio. Perché rinata anche nel concetto di vendita di buona qualità a tanti.

Promessa che *la Rinascente*, anche attraverso un secolo, ha sempre mantenuto, rinnovandosi in mutazioni continue, attingendo alle tradizioni e ai mercati stranieri.

La mia *Rinascente* nasce con la televisione: e siamo già nel 1952. Io curo una trasmissione per le donne, nel pomeriggio del venerdì, e nell'inserto dedicato alla moda *La Rinascente* mi offre spunti e suggestioni adatte al nostro pubblico: in un concetto di moda al quale ispirarsi a prezzi convenienti. In quegli anni io presenterò alcune sfilate che si

tenevano in un teatro con passerella all'interno della *Rinascente*, dando inizio a quel mondo tutto speciale, di abiti e ragazze, che con

nomi e scelte diverse diventerà il Made in Italy, che è il nostro orgoglio e la nostra passione.

Di quegli anni, la collaborazione di un giovanissimo Giorgio Armani alle vetrine de *La Rinascente*, richiamo e attrazione irresistibili sotto quella galleria che allora era il 'salotto buono' di Milano. La vetrina come manifesto: con il tratto irresistibile di René Gruau, disegnatore di moda francese per Dior, Givenchy, Balenciaga. E per *La Rinascente*. Dopo di lui Maria Pezzi, la straordinaria matita della moda italiana, leggera come un filo sottile che univa nel segno netto di uno svolazzo, un nodo, un'arricciatura, la tendenza che sarebbe diventata moda.

Di quegli anni i viaggi de *La Rinascente* in India, in Cina, in Giappone. Con un carico di sensazioni e di immagini diverse che diventavano costume: dalla moda

alla casa, dalla cucina al gioco. Ci siamo camuffate da gheishe e abbiamo imparato a usare le famose bacchette su piatti di foglie intrecciate.

Prima che l'Oriente copiasse la moda italiana, noi abbiamo copiato l'Oriente. Attraverso le bellissime collezioni de *La Rinascente* che per la prima volta ci ha portato il mondo in casa.

In cento anni *La Rinascente* ci è stata maestra: dalla cucina al costume, dalla casa al gioco, dal designer alla tradizione, attraverso le mode, spesso anticipandole. Stravaganze che abbiamo dimenticato, opportunità che ancora ci riguardano. Ognuno scegliendo per sé. Dal basso all'alto, sino alle belle vetrine che si affacciano sulle guglie del Duomo, in quello scambio di valori che appartiene all'amore.

La Rinascente, in cento anni, è stato tutto questo: grazie.



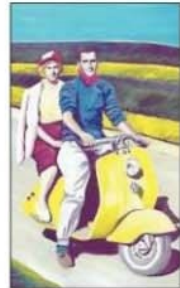
2017 mercoledì
24 maggioGiorno&Notte **LEGGO** 19**BLUE NOTE** Domani coi Formula 3 propone le sue più celebri hit
Alberto Radius, vera musica italiana

È uno dei musicisti più attivi della sua generazione, nonostante quando gli impegni lo permettano ami soprattutto rilassarsi tra le colline di Miradolo, dove vive. Classe 1943, Alberto Radius domani è al Blue Note (sold out) coi Formula 3, il suo gruppo che l'ha accompagnato al fianco di un nome che ormai è leggenda, Lucio Battisti. Radius è stato uno dei veterani della musica italiana. «Ho cominciato nel 1955, all'epoca suonavo l'armonica a

bocca. Poi è arrivato Little Tony e mi sono innamorato della chitarra e non ho più smesso». Dopo la Formula 3 ha anche fondato il Volo, gruppo prodotto da Mogol e da Battisti con Vince Tempera e Mario Lavezzi. «Uno dei periodi più belli per me e per la musica italiana», dice. E come non citare I Quelli, da cui è nata la Pfm. Dal vivo porta coi Formula 3 alcuni dei pezzi più famosi di Battisti e altri brani firmati dallo stesso Radius. (M.Lev.)

**Gli "Instanti" di Gentilini**

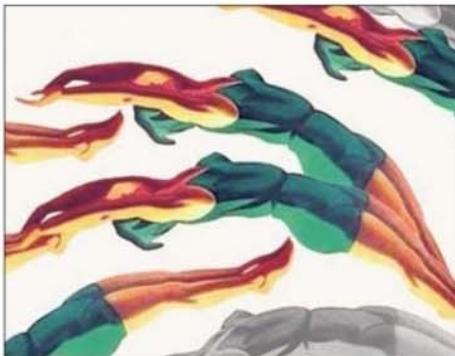
Le sue opere coniugano il senso del metafisico di Hopper e la luce tagliente del fotografo Luigi Ghirri. Si inaugura oggi alla Biblioteca del Daverio (18.30, piazza Bertarelli, 4) la personale di Francesco Gentilini "Instanti": 20 tele dagli anni 80 a oggi. Fino al 5 giugno.

**L'evento****Auguri, Rinascente Cento anni di vetrine**

Elisa Straini

Non chiamatela "grande magazzino": la Rinascente ha segnato la storia, il costume e il design di Milano e dell'Italia. È questo che celebra la mostra "Lr100. Rinascente Stories of innovation", a Palazzo Reale per festeggiare il centenario dello store. A partire dal geniale nome "Rinascente" coniato nel 1917 da Gabriele D'Annunzio su commissione del senatore Borletti che quell'anno acquistò i grandi magazzini Boccioni, con un grande progetto di rilancio. Ne uscì un modello di vendita nuovo per la Milano dell'epoca, che contribuì a sviluppare gusti, mode e tendenze.

La mostra parte dal 1865 e arriva a oggi passando per gli oggetti di design premiati con il Compasso d'oro dal 1954 al 1964, la strepitosa cartellonistica di Marcello Dudovich, il cinema, il costume e la rivoluzione del prêt-à-porter. La Rinascente seppe innovare e sperimenta-

**A Palazzo Reale e a Chiasso due mostre celebrano il secolo del celebre grande magazzino**

re, chiamando a sé i più grandi architetti, grafici e stylist. A partire da Giorgio Armani che lavorò come vetrinista. «Il protagonista non è l'artista, ma Milano e l'Italia che nel Novecento diventano patria del bello e del made in Italy», ha spiegato Maria Canella,

curatrice dell'esposizione assieme a Sandrina Bandera, entrambe storiche dell'arte e del costume. In mostra anche opere di Depero, Munari, Melotti, Fontana, Rottoli, Pistoletto, Soldati, Warhol e Manzoni. La Rinascente arrivava a tutti, ma aveva a monte

delle figure di intellettuali che dettavano il gusto e si proponevano di cambiare gli italiani - a partire dai valori che D'Annunzio ha collegato: semplice, chiaro e opportuno nell'affidare questo nome al grande magazzino».

Anche al Max di Chiasso una mostra celebra La Rinascente attraverso la grafica con oltre 500 manifesti, cartoline, locandine.

DOVE, COME QUANDO

Dal 24 maggio al 24 settembre
Palazzo Reale
Piazza Duomo
8 euro
palazzoreale-milano.it
"La Rinascente, 100 anni di creatività"
Max Chiasso
Dal 25 maggio al 24 settembre
centrocultura-lechiasso.ch

Appuntamenti**Just like a Woman****SPRIT DE MILAN**

Per celebrare il compleanno di Bob Dylan (foto), che oggi compie 76 anni, Ezio Guaitamacchi propone una serata tutta femminile. Sul palco la cantautrice americana Eileen Rose, la dj/vj rock Alteria con la violinista Jessica Testa, la pianista e cantautrice Debora Petrina e la blueswoman Veronica Sbergia. Il 24 maggio.

Via Bovissasca, 59
Ore 21.30 - ingresso libero con tessera fino a esaurimento posti

Alessandro Carrera Feltrinelli Duomo

Un altro appuntamento per il compleanno di Bob Dylan, questa volta in libreria Feltrinelli Duomo. Alessandro Carrera presenta "Lyrics 1983-2012" (Feltrinelli), il volume che conclude la trilogia dedicata ai testi e alle musiche dell'artista. Con lui lo scrittore Alessandro Robecchi. Il 24 maggio.
Piazza Duomo - ore 19

**Alamar****CINEMA BELTRADE**

Un film sull'amore per il mare e sul rapporto fra generazioni, "Alamar" (foto) di Pedro Gonzales-Rubio, 2009, vincitore di molti premi viene co-distribuito dal Beltrade. Domani si festeggia con tre proiezioni (18.30, 20 e 21.30). Alle 20 ci sarà anche il console messicano Marisela Morales Ibañez. Ci sarà anche Slow Fish Caribe e il suo progetto di sostenibilità ambientale e degustazioni di prodotti messicani dell'associazione Viva México. Il 25 maggio.
Via Orla, 10 - 6,50 euro

Giulio Cesare Giacobbe**LEONARDO HOTEL**

Lo psicoterapeuta tiene una lezione sullo stress. La partecipazione costa 25 euro e include una copia del libro "Vademecum antistress" (Roi edizioni) e un video. Il 25 maggio.
Via Messina, 10
Ore 19.30-23.30

Richiedi una valutazione**pronto PEGNO**il Monte dei Pegni di
BANCA SISTEMA**Credito su pegno in oro**

☎ 02.802.806.00

www.prontopegno.it

Piazza Napoli, Milano - Ang. via Vespri Siciliani

Richiesta pubblicitaria con finalità promozionale. Per le condizioni economiche e contrattuali, per conoscere tutte le filiali che offrono tale servizio e per quanto non espressamente indicato è necessario fare riferimento ai fogli informativi sul sito www.prontopegno.it, anche disponibili presso le filiali.



Troupe de Mademoiselle Eglantine (1896). Litografia a colori (Copyright Herakleidon Museum, Atene, Grecia).

la mostra

Toulouse Lautrec

PROSEGUE CON SUCCESSO A VERONA, LA MOSTRA SUI **CAVALLI, LE BALLERINE E IL MONDO FRIVOLO E COLORATO DELL'ARTISTA**

Sono le rappresentazioni legate al Moulin Rouge quelle che nell'immaginario collettivo riportano alla mente l'opera di Henri de Toulouse-Lautrec: figura eccentrica del panorama artistico parigino fine '800 al quale, dopo il successo di Torino, anche Verona dedica una visitatissima mostra all'AMO Arena Museo Opera, Palazzo Forti, fino al 3 settembre. Intitolata con il suo nome ripercorre, attraverso 170 opere provenienti dall'Herakleidon Museum di Atene, l'attività che Lautrec, affetto da una rara forma di nanismo e devastato dalla sifilide e dall'alcol, concentrò in soli 36 anni di vita. **Dieci sezioni tematiche:** quattro dedicate

alle "Notti parigine", poi i "Cavalli" sua grande passione, i "Disegni" a matita e penna che l'accompagnarono durante i molti periodi di convalescenza, le "Collaborazioni editoriali" (due sezioni) con i **celebri manifesti pubblicitari, le locandine teatrali, le copertine degli spartiti musicali**. Ed ancora "Con gli amici intellettuali" che riuniva sovente nella sua casa-studio al quartiere di Montmartre e, per finire, "L'amore è un'altra cosa" con le **opere dedicate al cabaret, a ballerine, prostitute, modelle** e quell'ambiente che innalzò a sua famiglia, e lo accolse: attore e spettatore di un mondo frivolo e colorato, malinconico e sincero.

Susanna Paparatti

a cura di
Livio Colombo

AGENDA
CULTURA

L'EVENTO

AI GRANDI MAGAZZINI

LR100 Rinascente Stories of Innovation,

Milano. Più di un secolo di Storia del Costume al Palazzo Reale sino al 24/9. Il percorso raccoglie opere d'arte, grafica, design, immagini e affascinanti manifesti storici che illustrano l'evoluzione del Grande Magazzino. **S.C.**



I LIBRI



LA SCIENZA UTILE

14 scoperte scientifiche che non sono servite a niente (Bompiani, 13 €) diverte raccontando i famosi premi per le ricerche più stupide: ma insegna il fascino della scienza.



25 ANNI DOPO

Celebrata la ricorrenza della strage di Capaci, fuori dalla retorica può dare senso l'album dei ricordi di Maria Falcone. *Le idee restano* (San Paolo, 15 €).

SGARBI SETTIMANALI



DI VITTORIO SGARBI
Critico d'arte

Il Tar e la figuraccia dei direttori dei musei

Che sia giusto o meno non c'entra nulla. La questione per cui il Tar del Lazio ha bocciato cinque nomine fra i direttori di musei speciali che il Ministero dei Beni Culturali ha istituito l'anno scorso è meramente tecnica. Non si contesta la liceità del principio, ma il modo in cui ha trovato attuazione. Si è difettato di trasparenza nelle prove di concorso e nelle modalità delle loro valutazioni,

come già era stato notato. Ma a tagliare la testa al toro è altro: **la legislazione oggi in vigore sul pubblico impiego prevede che per ruoli dirigenziali ci voglia la cittadinanza italiana**. Se non la si modifica, magari rilevandone la natura discriminatrice rispetto a quanto sancito dalla Corte di Giustizia dell'Unione Europea mediante la cosiddetta "sentenza Bosman", quella, per intenderci, che ha permesso ai calciatori continentali di essere ingaggiati allo stesso modo dei



Peter Assman, direttore del Museo Palazzo Ducale di Mantova: annullata la sua nomina.

nazionali, direttori stranieri dei musei speciali non ce ne possono essere. Il colmo di questa storia è che i ricorsi hanno riguardato nomine assegnate quasi esclusivamente a italiani (solo uno, fra i direttori ora sospesi, è straniero). Se è stata fatta una figuraccia, è innanzitutto di fronte a loro, non al resto del mondo.

I CENT'ANNI DE

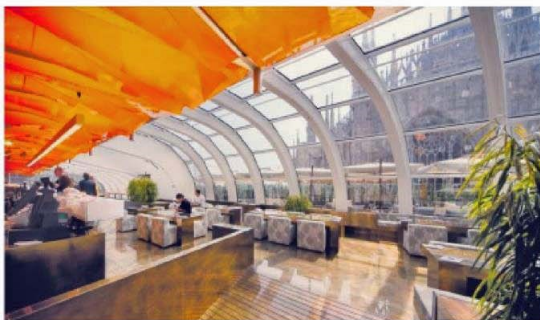
Quei grandi magazzini milanesi che devono il nome a D'Annunzio e con Armani addetto agli acquisti

Inaugurati un secolo fa, sono stati punto di riferimento di moda e design per generazioni. La storia in una mostra a Palazzo Reale

Lucia Serlenga

■ «In un grande magazzino una volta al mese...» sussurra Lucio Battisti in una sua indimenticabile canzone. E chissà quante coppie si saranno innamorate tenendosi sottobraccio lungo i corridoi della Rinascente nei suoi cento anni di vita. E quanti avranno sognato di viaggiare e scoprire il mondo senza muoversi dal centro di Milano. Perché il grande magazzino italiano per eccellenza è uno spazio fisico ma anche immaginifico, un vettore di cultura e un maestro di stili di vita. Negli anni Settanta in particolare erano due i luoghi sacri per sentirsi nell'ombelico del mondo: lo store di Riorucci in piazza San Babila e La Rinascente in Piazza Duomo. Tutti i giovani ci andavano almeno una volta la settimana, per scoprire le novità, fare acquisti, vivere di emozioni. Oggi una bellissima mostra inaugurata giorni fa a Palazzo Reale, fa rivivere i 100 anni dei grandi magazzini che devono il proprio nome al poeta patriota Gabriele D'Annunzio. «LR100 Rinascente, Stories of Innovation» che rimarrà aperta fino al 24 settembre, racconta un secolo di storia del costume e della cultura di Milano e dell'Italia, ma in primis la gloriosa avventura di un'impresa partita con l'acquisto, nel 1917, da parte di Senatore Borletti dei grandi magazzini Bocconi. La Rinascente sin dagli inizi divenne una sorta di laboratorio d'idee dove sperimentare le novità che provenivano dal resto del mondo. Il nuovo modello di vendita, ispirato alle iniziali esperienze francesi, propone la merce esposta negli scaffali a prezzo fisso. «E questo non solo fu la chiave di volta di un'economia moderna, ma produsse decisivi cambiamenti nella vita quotidiana della nascente società dei consumi» commentano le curatrici Sandrina Bandera e Maria Canella, storiche dell'arte, della società e del costume. Nel frattempo si creano nuovi miti e archetipi nel gusto, si rivoluziona l'immagine femminile e maschile e nascono sistemi produttivi legati alla moda e al design, pilastri fondanti del made in Italy. Il nuovo è a portata di mano, la creatività viene allo scoperto con tutta la sua potenza e fra i collaboratori spunta un certo Giorgio Armani responsabile degli acquisti di moda maschile. E mentre Milano si afferma come motore economico dell'Italia, capitale del commercio e della finanza, dell'editoria e della comunicazione, del design e della moda, la Rinascente da azienda culturale oltre che da tempio dei consumi moderni, fa innovazione. La mostra, allestita in un percorso di undici stanze,

mette in luce la straordinaria progettualità di un'azienda all'avanguardia: la sua storia dal 1865 a oggi; Marcello Dudovich e la nascita della cartellonistica; cinema e video; cataloghi e house organ; la nuova comunicazione e la nuova grafica dagli anni Cinquanta in avanti; gli allestimenti e gli eventi; i nuovi consumi; il costume e la moda con la rivoluzione del prêt-à-porter; il centro design Rinascente; la nascita del premio Compasso d'oro (1954-1964); lo scenario futuro. Il tutto attraverso documenti, fotografie, materiali grafici, oggetti. Di notevole spessore appaiono le idee rivoluzionarie dei movimenti artistici più importanti, come quelle di Gropius, Le Corbusier, Kandinsky che furono il background su cui nacquero dialoghi costruttivi con i grafici e i designer della Rinascente, che acquisirono un linguaggio nel quale si percepisce lo stretto rapporto con l'arte. Ciò spiega la presenza in mostra anche di opere di grande portata di artisti dell'epoca, quali Depero, Munari, Melotti, Fontana, Soldati, Ceroli, Rotella, Warhol, Pistoletto, Manzoni. Nella lunga storia del La Rinascente ci sono avvicendamenti, nuove compagini societarie, filiali in tutta Italia. Nel 2011 la proprietà passa alla società thailandese Central Retail Corporation e il presidente diviene Sudthitham Chirathivat. L'anno successivo, Alberto Baldan direttore generale dal 2007, diventa amministratore delegato. Vittorio Radice assume il ruolo di vicepresidente unitamente all'incarico dello sviluppo internazionale del luxury department store del gruppo. Oggi la Rinascente conta 11 store nelle principali città d'Italia tra i quali, il flagship di Milano che rappresenta il meglio dello shopping al punto che nel 2016 viene proclamato «Miglior Department Store al Mondo» da Intercontinental Group of Department Stores (IGDS), la più importante associazione internazionale di department store.



MANIFESTI
Sopra
La Rinascente ieri
e com'è oggi.
E i cartelloni
pubblicitari



la lettera

Il poeta patriota scriveva: «Si chiamerà La Rinascente»

di Gabriele D'Annunzio

Pubblichiamo la lettera che il capitano Gabriele D'Annunzio nel colmo della battaglia della Battaglia scriveva nell'agosto del 1917 al suo legale a Milano l'avv. Leopoldo Barduzzi che era il tramite fra il presidente della nuova Società, senatore Borletti, e il Poeta.

Mio caro Amico, Le scrivo in gran fretta. Parto fra mezz'ora per bombardare Grahoro. Ho condotto il mio gruppo a nove bombardamenti aerei in cinque giorni. Ho avuto 137 buchi nell'apparecchio. Mi sono abbassato a 150 metri per mitigare il nemico. Una scheggia cortese ha lacerato

to il mio guanto e mi ha leggerissimamente ferito alla nocca del polso. Ho atterrato quattro volte fuori campo, col timone di profondità spezzato, coi radiatori sfondati, etc.etc. il mio apparecchio - quello di Pola - rola ancora; e l'equipaggio è salvo. Invalutabilità mistica. Il titolo per la Società è questo. L'ho trovato ieri sul vallone di Chiapovan: La Rinascente. È semplice, chiaro e opportuno. Inoltre si collega col motto. La società desidera che al motto sia aggiunto il mio nome? In che modo? Questo mio nome che stampa tutti i prodotti della Società è forse di una abbondanza eccessiva. Basta che si sappia - come si saprà - essere mia la

sentenza. Nell'altro caso, bisognerebbe per lo meno raddoppiare il tenue compenso. Passerei per un socio - senza azioni! Usando dagli scherzi veda quel che è bene. Spero stamane di distruggere un treno carico di maiali croati, là, nella incassatura. Le raccomandando il tutto. In caso di disgrazia, in caso di disgrazia, la prego di versare le 5000 alla signorina Maxoyer, com'è disposto nel test. Arrivederci.
24-VIII-1917

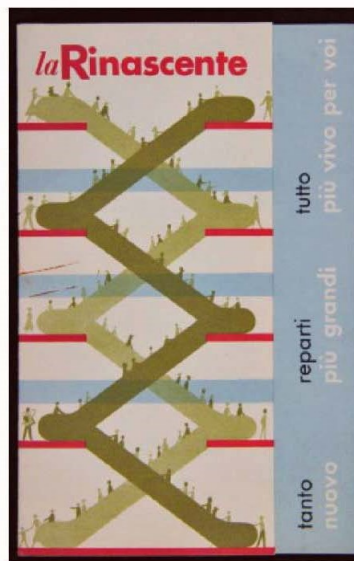


il suo D'Annunzio

Sabato 27 maggio 2017 | Il Giornale

Stile | 23

LA RINASCENTE



«RIFLESSI RAZIONALISTICI»

Colorato, allegro e in edizione speciale per donne coraggiose e con-turbanti

«Dee di Vita» realizzato dal setificio Mantero con l'ospedale San Raffaele

Camilla Golzi Saporiti

■ Bello all'apparenza, buono nella sostanza. Con un aspetto glamour, un carattere deciso e un messaggio che è un inno alla vita e al coraggio. Si chiama «Riflessi razionalistici» ed è il nuovo turbante della special edition Dee di Vita, nome della capsule collection di moda solidale che nasce dalla collaborazione tra il prestigioso setificio comasco Mantero e l'Ospedale San Raffaele di Milano. Le due eccellenze nostrane tornano insieme, ancora una volta, per sostenere le attività di Salute allo Specchio, il dipartimento impegnato nell'offrire supporto psicologico a tutte le donne in cura oncologica. E proprio a loro, alla loro forza e alla loro femminilità è dedicato «Riflessi razionalistici». Che si presenta come un accessorio fresco, estroso, tutt'altro che triste, piuttosto di classe, da arrotondarsi in testa e da portare a testa alta. Per sentirsi e mostrarsi sempre belle e solari, anche nei momenti più difficili e bui, anche quando allo specchio l'immagine riflessa non è quella che si vorrebbe vedere. Colorato, morbido al tatto ed elegante nel gusto, il nuovo turbante, in seta al cento per cento, nasce da un foulard che viene realizzato dal team creativo di Mantero e che, grazie ai preziosi consigli delle pazienti, viene confezionato secondo uno styling preciso, in modo da essere versatile e pratico da indossare. Un obiettivo semplice a parole, ma elaborato nei fatti. Perché per arrivare al

modello giusto è stato necessario ricreare i volumi dei capelli, studiare il peso e la caduta delle stoffe, pensare a due code per fissare il turbante in maniera semplice e sicura, perché chi non ha dimestichezza con il foulard ha sempre paura che scivoli giù. Tempi, idee, prove, test. E alla fine il prototipo, il modello e l'arrivo del complemento che mancava nel guardaroba e che ora c'è. Un capo di abbigliamento unico, in certi casi indispensabile. Capace di adattarsi a

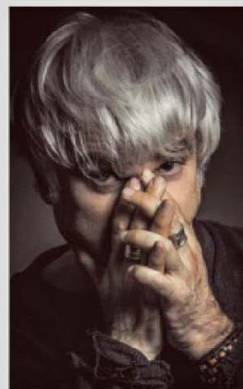


ogni donna, valorizzandone il viso, incorniciandone lo sguardo e il sorriso. Capace, soprattutto, di regalare di nuovo quella femminilità che cure e malattie rischiano di portare via. Ci sono volte in cui imparare a truccarsi, a scegliere la parrucca giusta, a giocare con la propria immagine non è soltanto questione di gestire gli effetti collaterali delle terapie, ma è anche ridare qualità di vita e forza a chi pensa di averla persa. Con questo spirito arriva un prodotto made in Italy con una stampa esclusiva sulle tinte del blu, del panna e del giallo, che si ispira alla Casa del

Fascio, opera dell'architetto razionalista comasco Giuseppe Terragni, e che proprio a Como, nella boutique Tessabit, partner dell'iniziativa, sarà in vendita per tutta la stagione estiva, oltre che sul sito www.tessabit.com. Parte del ricavato dalla vendita del turbante, che costa 80 euro, sarà devoluto al progetto Salute allo Specchio. Per maggiori informazioni sul progetto: www.deedivita.org; e per sostenere Salute allo Specchio: www.saluteallospecchio.it

MOSTRA AL DUOMO DI MASSA

Federico Garibaldi mette sotto un'altra luce le spiagge dell'estate



■ «È una fotografia che ha la potenza di versi lirici» come afferma Alice Procopio, curatrice della mostra «BlueShores, le spiagge degli altri» di Federico Garibaldi (nella foto), ospitata dal Duomo di Massa in Toscana. Le spiagge, meta di vacanze e relax vengono fotografate sotto una nuova luce, «dove la sicurezza che ogni anno troveremo la stessa spiaggia si trasforma, animando paesaggi dalla dinamica spazio-temporale dispersa, sospesa. Le immagini finiscono per sovrapporsi, sfuocarsi producendo un immediato senso di vertigine». (Ingresso gratuito fino al 2 luglio)

VENERDÌ 19 MAGGIO 2017 **IL GIORNO**

A CURA DI Speed

Milano

WHATSON and more...

onSHOPPING

Si Sposaitalia
Nuovo allestimento
per la 40ª edizione

onFOOD

Io Bevo così
Eccellenze naturali
Torna la rassegna

onEVENTI

100 anni di Rinascente

STORIES OF INNOVATION

PALAZZO REALE (MI)

Dal 24 maggio
al 24 settembre
30
MAGGIO

**MASSIMO
RANIERI**

**SODIO
SON DESTO**
... IN VIAGGIO
uno spettacolo ideato e scritto da
Gualtiero Peirce e Massimo Ranieri



Linear Ciak

Info: LINEARCIAC.IT | 02 5466367 | prevendite ticketone.it

2

IL GIORNO VENERDÌ 19 MAGGIO 2017

Milano WHATSON EVENTI

on CULTURA

La Festa dei Musei A Pavia fino al 21

I musei e il Castello Visconteo ospiteranno numerosi eventi e iniziative per tutti i gusti



Sarà un fine settimana di festa grande ai Musei Civici di Pavia che, fino a domenica 21, saranno teatro di un ricco e variegato programma di iniziative e apriranno le porte del Castello Visconteo anche a orari non convenzionali. Un intreccio serrato di eventi vedrà susseguirsi la celebrazione della Giornata Internazionale dei Musei del 18 maggio, un appuntamento promosso annualmente da ICOM - International Council of Museums, e la Festa dei Musei, voluta dalla Direzione Generale dei Musei del MiBACT per il weekend 20-21 maggio. La notte tra domani e domenica sarà, inoltre, animata da una se-

rie di attività proposte nell'ambito di due importanti iniziative: la Notte Europea dei Musei, nata nel 2005 in Francia, patrocinata dall'Unesco e dal Consiglio d'Europa e giunta quest'anno alla tredicesima edizione; e la Notte cult, inserita nel progetto "Cult City #inLombardia" - Pavia Capitale Longobarda, città dei Saperi e dei Saperi, che vede undici città capoluogo di regione coinvolte in un piano strategico di promozione turistica unitario, innovativo e senza precedenti.

18 - 21 maggio
MUSEI CIVICI DI PAVIA
CASTELLO VISCONTEO
www.museicivici.pavia.it



JOE BASTIANICH

on CINEMA

"Fortunata" arriva in sala

FORTUNATA, il film di Sergio Castellitto che sarà presentato al Festival di Cannes 2017, arriverà nei cinema italiani a partire da sabato 20 maggio. La data scelta seguirà la prima proiezione del film di Sergio Castellitto alla kermesse cinematografica transalpina.

Il film racconta la storia di Fortunata che "combatte" quotidianamente per conquistare il proprio sogno, nel tentativo di emanciparsi e di conquistare la propria indipendenza e il diritto ad essere felice.

JASMINE TRINCA



on FOCUS

Joe Bastianich sul palco del Franco Parenti

VINO VERITAS è uno spettacolo ideato da Joe Bastianich che unisce le sue due più grandi passioni, il vino e la musica, alla sua capacità di portare su qualsiasi palcoscenico la sua sincerità: tra parole e momenti musicali - con brani da lui composti - si aprirà al pubblico del Teatro Franco Parenti con aneddoti sulla sua

100 anni di

Inaugura mercoledì 24 maggio la

Quest'anno la Rinascenza festeggia i cento anni del suo nome, ideato da Gabriele D'Annunzio per il Senatore Giuseppe Borletti, il fresco proprietario dei Grandi Magazzini Bocconi. Cominciava così una storia fatta di passione, talento e capacità di visione tale da suscitare, a partire dai primi del Novecento, un impatto innovativo sui modelli di consumo e sull'evoluzione che portò Milano ad affermarsi come motore economico dell'Italia postunitaria. Dal 24 maggio (e fino al 24 settembre) la Rinascenza festeggia

l'anniversario con una grande mostra a Palazzo Reale, curata da Sandrina Bandera e Maria Canella, con Associazione Culturale Memoria&Progetto e con l'allestimento di OMA/AMO (Rem Koolhaas). Ordinata come un ideale grande magazzino, la mostra «R 100. Rinascenza. Stories of Innovation» (catalogo Skira) si presenta come una sorta di archivio multimediale e si articola in più sezioni, in cui si affrontano i temi che ne hanno modellato l'identità e che più fortemente hanno inciso sulla società per la loro carica d'innovazione. Attraverso una eccezionale varietà e quantità di opere d'arte, grafica, oggetti di design, immagini storiche e con-

DA non PERDERE

I PINK FLOYD LEGEND arrivano a Milano domani, per celebrare i quarant'anni del disco "Animals". La band riproporrà al Teatro LinearCiak, dopo un primo set composto dai più grandi successi del gruppo, l'intero album pubblicato nel 1977, suonando con la consueta strumentazione vintage, che si amplia grazie al Piano elettrico Fender Rhodes 73 mark 1 prodotto nel 1970 e al suono unico della chitarra elettrica Gibson Les Paul "Gold Top".

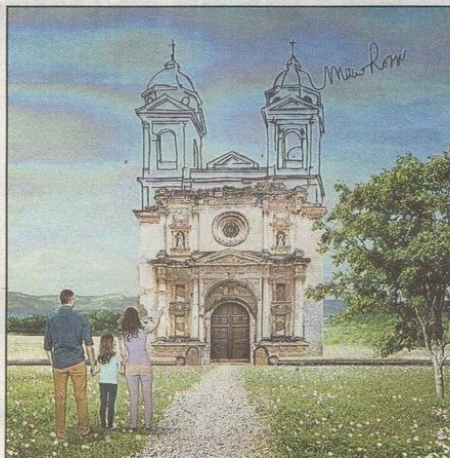
Tutta la set list si avvarrà di momenti scenografici di grande impatto: laser show, video dell'epoca proiettati su uno schermo circolare di cinque metri ed un visual realizzato per l'occasione. Sullo sfondo del palco, infatti, su uno schermo di oltre 15 metri di larghezza per oltre 6 di altezza, verranno proiettate immagini realizzate con l'innovativa tecnica del mapping 3d attraverso l'utilizzo di potentissimi proiettori e di software all'avanguardia.

Pink Floyd Legend al Teatro LinearCiak



www.pinkfloydlegend.it

Foto di Claudio Martone



CON IL 5X1000 AL FAI LA TUA FIRMA PUÒ SALVARE L'ITALIA.

CODICE FISCALE 80 10 20 30 154

FAI. Da oltre 40 anni in difesa del patrimonio artistico e naturalistico italiano. www.fai5x1000.it

VENERDÌ 19 MAGGIO 2017 **IL GIORNO**WHATSON **3**

storia, mettendosi a nudo come si può fare soltanto mentre si sorseggia un buon bicchiere di vino in compagnia di amici. Ogni appuntamento (saranno dieci, a partire dal 22 maggio) rappresenta l'occasione per un confronto tra Joe e il pubblico attraverso la degustazione di alcuni tra i vini più rappresentativi della Cantina

Bastianich e l'interazione sui social: attraverso messaggi diretti gli spettatori potranno infatti condividere, in maniera anonima, i propri pensieri e le proprie considerazioni all'insegna della verità e della schiettezza. Durante lo spettacolo un Bastianich senza filtri racconterà particolari inediti della storia del restaurant man

più famoso del mondo. La sola voce accompagnata dalla chitarra ed un alternarsi di strumenti acustici faranno da supporto al canovaccio dello spettacolo, per sottolineare il desiderio e la ricerca, anche nel suono, dell'aspetto più vero e crudo.

www.teatrofrancoparenti.it

on TREND

Galà Partenopeo con i Gomorroidi a Cerro Maggiore

Umore grande protagonista dell'evento organizzato dal Club Napoli "Milano Sud"

Francesco De Fraia detto "Capucchio", Domenico Manfredi detto "Mimmo" e Raffaele Ferrante detto "Lello", i tre componenti de "I Ditelo Voi" saranno i protagonisti di un evento organizzato dal Club Napoli "Milano Sud", associazione che oltre a raggruppare tifosi partenopei si occupa di promuovere, cultura, arte e spettacolo made in Napoli. L'appuntamento è per venerdì 16 giugno ore 20 Villa Renoir in via delle Robinie a Cerro Maggiore dove si svolgerà il Galà Partenopeo. Il trio comico napoletano formatosi nel 1995, dopo i successi con Colorado Café su Italia 1, Tribbù su Rai 2, e su Radio Kiss Kiss, partecipano a Made in Sud (sempre su Rai 2 con la sitcom Gomorroidi). Di quest'anno il film Gomorroidi che li vede impegnati come registi e attori. "Abbiamo voluto organizzare questo evento perché amiamo Napoli e tutto ciò che rappresenta - spiega il presidente del club Napoli Milano Sud, Vincenzo Porpora -. Il tifo sano e la passione per il Napoli sono solo una delle attività che come associazione promuoviamo. Il nostro obiettivo è man-

tenere viva l'arte, la cultura, lo spettacolo e l'umorismo napoletano che annovera alcuni fra i più grandi comici di tutti i tempi".

Il direttore artistico dell'evento è Stefano Amente, coadiuvato da Edoardo De Natale (vice presidente del club Napoli), Nicola Della Valle e Antonio Dragone. Durante la serata, che sarà presentata da Marika Fruscio e da Amerigo Saggese, presidente di Network Sport Italia (networksportitalia.it) presente anche il tenore Rodolfo Maria Gordini. Madrina dell'evento sarà Antonella Del Core, pallavolista della nazionale.

Per info e prenotazioni:
Tel. 345.9614554
oppure Tel. 338.1732310
clubnapolimilano
sud@gmail.com



I GOMORROIDI

Rinascente R100

mostra "LR 100. Stories of Innovation"

tributi inediti, il pubblico scoprirà come la Rinascente abbia scritto capitoli importanti nella storia del costume, della comunicazione e della grande distribuzione. In pratica, la rassegna racconta una pagina di storia della città, con spaccati sui grandi fenomeni sociali ed economici che accompagnano la modernizzazione, l'emancipazione della donna, la storia della moda e quella del design. La mostra è accompagnata dalla proiezione di film e di testi di poeti e scrittori come Gabriele D'Annunzio, Salvatore Quasimodo, Carlo Emilio Gadda, Cesare Zavattini e Italo Calvino.

www.palazzorealemilano.it

**on AGENDA**

MONTEVERDI AL TEATRO ALLE VIGNE DI LODI

Il Vespro della Beata Vergine di Monteverdi, pubblicato nel 1610 per soli coro e orchestra, rappresenta uno dei momenti più alti e solenni della musica sacra. Quest'opera, che continua ad affascinare esperti e appassionati, sarà eseguita al Lodi Vecchio domenica 21 maggio alle ore 17.00 dal coro e solisti del Kamerchor Next insieme all'Orchestra Barocca di Novara.

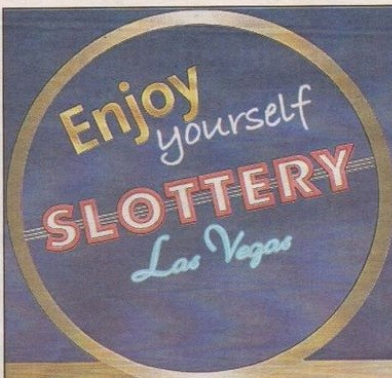
10MIGLIA A BRESCIA

A quasi un anno dall'edizione Zero della 10Miglia, si rinnova l'appuntamento con questo evento che ha l'obiettivo di sensibilizzare la cittadinanza verso una mobilità locale sostenibile, a salvaguardia della salute, dell'ambiente e dell'economia cittadina. La 10Miglia prevede una parte itinerante, la bicicletta, e una parte residenziale, il Festival del Trasporto Attivo e della Mobilità Sostenibile.



PASSEGGIATA NOTTURNA SUL MONTE GOI (COMO)

Il 23 maggio, a partire dalle 20, da Albate partirà una passeggiata sotto le stelle attraverso i boschi della Valbassa e del Monte Goj, alla scoperta delle creature della notte. Una semplice camminata, a lume di torcia e della luna, lungo l'anello formato dai sentieri di Albate, in sicurezza sotto l'attenta guida della nostra GEV (Guardie Ecologiche Volontarie) e... delle Ex Ragazze, le pazienti mogli che hanno avviato questa tradizione, anni fa.



Milano:
Viale Gran Sasso 30
Viale Abruzzi, 83
Via Santa Rita da Cascia, 61
P.le Corvetto, 3
SLOT e VLT

www.slotterylasvegas.it

È VIETATO L'INGRESSO AI MINORI DI 18 ANNI

Ci trovi anche a:

- OLGIATE OLONA (Via Busto Fagnano 44)
- LEGNANO (Via per Canegrate 6)
- RESCALDINA (Via Saronnese 23)
- PARABIAGO (V.le Lombardia 75)
- MELZO (Via C. Colombo 8)
- PESCHIERA BORROMEO (Via Liberazione 53)
- BOVISIO M.G. (Via dei Giovi 13/15)
- MARIANO C.S. (Via Como 3)
- PALAZZOLO SULL'OGLIO (Via Firenze 64)
- PUEGNAGO DEL GARDA (Via Nazionale 43)
- IMPERIA (Via General Belgrano 44)

Informati sulle probabilità di vincita e sul regolamento di gioco sui siti: www.agenziadoganemonopoli.gov.it, www.lottomatica.it e/o presso sale da gioco e punti vendita. Numero Verde: 800.921.121



44 DOMENICA
28 MAGGIO 2017

xte società

IL SECOLO XIX

I cent'anni del grande magazzino

La Rinascente, così sorgeva
la società dei consumiUna mostra a Palazzo Reale di Milano racconta l'impresa
ma anche la capitale del commercio e della finanza

SANDRA ISETTA

SORTA in guisa di grande laboratorio per sperimentare le novità giunte dall'Europa, come il modello francese di vendita con la merce esposta negli scaffali a prezzo fisso, la Rinascente segnò una svolta verso l'economia moderna e la nascente società dei consumi. Il progetto scientifico della mostra che ora la festeggia, in occasione del centenario, fino al 24 settembre a Palazzo Reale di Milano, è curato da Sandrina Bandera e Maria Canella, storiche dell'arte, della società e del costume, che hanno organizzato l'esposizione in sale tematiche. L'ingresso è nella storia della Rinascente. Non è solo il racconto di un'impresa, ma un recupero della memoria culturale del contesto milanese, tra Otto e Novecento ormai a livello internazionale come capitale del commercio e della finanza, dell'editoria e della comunicazione, della moda e del design. La mostra percorre la trasformazione delle città: il "Crepuscolo" di Umberto Boccioni (1909) con la seduzione poetica delle periferie e delle ciminiere fumanti ("Voglio aver sott'occhi la vita moderna, (...) del formidabile, del nuovo") o la "Cité des Promesses" (1928) di Alberto Savinio, binomio di arte e industria. Baudelaire ("Le Cygne", 1860) rappresentava una Parigi convertita alla nuova cultura e al fascino della moda. Protagonista la donna. Traduce la modernità dell'universo femminile il bronzo colorato di Lucio Fontana, "Signorina seduta" (1934), un volto libero e una figura snella e dinamica, in un nuovo stile privo di fronzoli. Irene Brin osservava che le "italiane (e tutte le loro famiglie) vennero 'unite' in un'identità comune e condivisa dai consumi, dal gusto e dallo stile dei grandi magazzini". Iniziava così il processo di fusione che in seguito sarebbe stato condotto a termine dalla radio e dalla



L'estate 1935 consiglia

la Rinascente
Milano piazza Duomo

L'ombra del Duomo di Milano si proietta sulla facciata del palazzo della Rinascente TOURING CLUB ITALIANO

A sinistra, "L'estate 1935 consiglia", manifesto firmato da Max Huber (1919-1992), designer svizzero vicino al movimento Bauhaus, che lavorò prevalentemente in Italia: è stato lui a creare il loro "in", in caratteri diversi, che ha contraddistinto il marchio del grande magazzino

IN PRINCIPIO
FU GABRIELE
D'ANNUNZIO

PALAZZO REALE di Milano ospita fino al 24 settembre una mostra per festeggiare i 100 anni del nome la Rinascente, ideata da Gabriele D'Annunzio nel 1917. Biglietto intero 12 euro, ridotto 10. La rassegna è accompagnata dalla proiezione di film e di testi di poeti e scrittori come lo stesso D'Annunzio, Quasimodo, Gadda, Zavattini e Calvino.

italiano, legata al nome dei fratelli Boccioni, che nel 1889 affidano all'architetto Giachi l'ideazione di un moderno store in ferro e in vetro a più piani, affacciati su uno scalone centrale, al centro la grande statua femminile di Mario Amman. In una scenografia ispirata alla Nike di Samotracia del Louvre. Il piccolo bozzetto in esposizione, Italia Nova, interpreta il motto suggerito da D'Annunzio nel 1917, quando la ditta Boccioni è rilevata da un gruppo di industriali e commercianti. Leader dell'iniziativa è il senatore Borletti. Il nome la Ri-

nascente "semplice, chiaro e opportuno", dal timbro futurista, con cui D'Annunzio nel 1917 ribattezza i magazzini Boccioni è profetico dell'incendio della notte di Natale del 1918, cui seguirà la rapida riapertura, in stile francese, nel marzo 1921. Obiettivo del marketing è la sporcizzazione. Per eliminare ogni identità regionale si affinan le strategie della comunicazione e del manifesto, che raggiunge il suo apice con la committenza a artisti di spicco come il triestino Marcello Dudovich: oltre cento suoi manifesti - dal 1921 al 1956 -

entreranno nell'immaginario italiano, per la riconoscibilità del logo e l'attrattività di eleganti figure femminili, in un linguaggio affrancato dagli stili Liberty degli esordi e "maggioremente attento alla raffigurazione della donna moderna, di cui accentua gli aspetti di autonomia e dinamismo", come sottolinea Bandera. In una lettera gli scriveva la nipote Nives Comas Casati: "Niente prepotenze da Lollo o estetica da statua".

Un grande magazzino è prima di tutto un luogo architettonico, dove facciate, li-

nee, forme e volumi sono il primo livello di comunicazione con il pubblico. Nel 1950, l'architetto Carlo Pagani, rientrato dagli Stati Uniti dove aveva assimilato la filosofia dei grandi stores, realizza un concept architettonico della sede in Piazza del Duomo in stile americano.

Tra i grandi maestri che hanno progettato per la Rinascente c'è anche Gio Ponti che con Emilio Lancia nel 1927 realizza la collezione Domus Nova, capolavoro dell'art deco, ma disponibile grazie a una produzione seriale. La strategia aziendale punta a importanti progetti artistici, come l'incarico a Massimo Campigli di decorare nel 1950 l'entrata di via San Raffaele con un grande mosaico sul mondo femminile della sartoria e della moda.

La tendenza alla razionalità, di casa a Milano nel dopoguerra e espressa nelle geometrie del Pirellone, è in mostra nelle opere di Enrico Prampolini e nelle vetrine e nelle opere di Bruno Munari che trasfigura in tono surrealistico l'allestimento del settore casalinghi, presentati come *objets trouvés* di ascendenza dadaista. Il rapporto tra arte e consumismo è tema di una specifica sezione della mostra. Il sistema figurativo di Fortunato Depero, futurista convinto, fatto di pupazzi-robot, influenzerà anche le vetrine della Rinascente degli anni Sessanta, grazie alla retrospettiva milanese del 1966.

I grafici e i designer della Rinascente acquisirono il linguaggio dei movimenti artistici più importanti, come quelle di Gropius, Le Corbusier, Kandinskij, in stretto rapporto con l'arte. Da qui la presenza in mostra di opere di grandi artisti dell'epoca, quali Depero, Munari, Melotti, Fontana, Soldati, Ceroli, Rotella, Warhol, Pistoletto, Manzoni e altri ancora. Una sala è dedicata al Premio Compasso d'Oro, istituito da la Rinascente nel 1954 su idea di Gio Ponti e Alberto Rosselli, il più antico e più autorevole premio mondiale di design. La prima a conquistarselo fu la famosa Olivetti Lettera 22.

© BY NC ND ALCONCINI/REUTERS

OGGI LA FESTA A PALAZZO DUCALE DI GENOVA

Il Premio Andersen celebra Milani e Cassinelli

Il fascino dell'avventura e il ritorno della fiaba nei libri vincitori quest'anno nelle varie categorie

LUCIA COMPAGNON

GENOVA. Vanno a due grandi autori della narrativa per l'infanzia. Lo scrittore e fumettista pavese Mino Milani e l'illustratore genovese Attilio Cassinelli, in arte Attilio, i riconoscimenti speciali della giuria del 36° Premio Andersen, che saranno consegnati oggi alle 15 a Palazzo Ducale.

Nella Sala del Munizionale, allestita per l'occasione dallo Studio Arpea con la grande immagine firmata da Enrico Macchiavelli, dell'edizione 2017 del più prestigioso premio italiano dedicato al libro per bambini e ragazzi, sfilano autori e illustratori, editori e promotori culturali, se-

lezionati dalla giuria lungo un anno di attento monitoraggio delle uscite di settore, regolarmente recensite sulla rivista Andersen.

«Come accade sempre, ci siamo resi conto a posteriori che le nostre scelte seguivano alcuni fili conduttori, ad esempio il fascino evergreen dell'avventura e il grande ritorno della fiaba», spiega Barbara Schiaffino, presidente della giuria e figlia di Gualtiero, il fondatore del premio e della rivista omonima, nata nel 1982.

I protagonisti dei romanzi vincitori nelle categorie della narrativa per lettori dai 9 ai 12 anni, per gli over 12 e per gli over 15 vivono tutte esperienze straordinarie che li cambieranno per

sempre. «La ragazza dei lupi» di Katherine Rundell attraversa le terre invase della Russia di inizio Novecento per salvare la madre rinchiusa ingiustamente nella prigione di San Pietroburgo: ne «Il rinomato catalogo Walker & Down» di Davide Morosinotto si viaggia su treni e battelli a vapore negli Stati Uniti del Sud; mentre il protagonista de «Il sole fra le dita» di Gabriele Clima fugge da casa alla ricerca del padre, ma finirà per trovare soprattutto se stesso. Anche il miglior libro a fumetti di quest'anno è un viaggio avventuroso: «La compagnia dei soli» di Patrizia Rinaldi e Marco Pisci. E il premio a Milani corona l'eterno merito dell'avventura, che intrattiene

e contemporaneamente forma i giovani lettori, generazione dopo generazione. Così come la fiaba, che trova sempre nuova linfa per rinnovarsi in linguaggio e contenuti. Come provano «La zuppa dell'orco» di Vincent Cuvelier, miglior libro 6/9 anni, popolato di genitori crudeli, orchi affamati e bambini scaltri. E «La volpe e la stella» di Coralie Bickford-Smith, ispirato a una poesia di William Blake, miglior libro fatto ad arte. Saranno premiati anche due grandi nomi di cartatura internazionale: Quentin Blake con «Zagazoo» e David Wiesner con «Mare di», rispettivamente miglior albo illustrato e miglior libro mai premiato. Mentre il premio al miglior libro illustrato



L'illustratore Attilio Cassinelli

re consacra un talento personalissimo in grande ascesa: Sonia Maria Lucé Possentini. Al termine della premiazione il voto di una giuria allargata deciderà il Super Premio Andersen 2017, il Libro dell'anno, scelto tra tutti i libri vincitori di questa edizione.

© BY NC ND ALCONCINI/REUTERS

34

Agenda

La guida di Robinson
agli appuntamenti
della settimana

a cura di
Marco Bracconi

hanno collaborato
Giovanni Cedrone e Luisa Somaini

la Repubblica

Domenica 21 Maggio 2017 ROBINSON

Dom

21 maggio

"Senza scrittura la vita è cieca, muta e sorda"

ERIKALD AFFRANTI

147L → A Norimberga, in Germania, nasce l'artista Albrecht Dürer

Lun

22 maggio

"Il cinema è verità ventiquattro volte al secondo"

JEAN-LUC GODARD

1980 → Pac-Man, il videogioco ideato da Toru Iwatani, appare per la prima volta in Giappone

Mar

23 maggio

"C'è il sapore di un posto in ogni cibo"

EDMUND SPETH

1992 → Attentato a Capaci, in Sicilia: muoiono Giovanni Falcone, sua moglie e tre uomini della scorta

FESTIVAL

Scienza formato Erasmus

Genova, luoghi diversi

Scienza e cultura si muovono di pari passo. A sostenerlo è "UniverCity", festival organizzato dall'Università degli studi di Genova. Ultimo giorno per partecipare a laboratori, spettacoli e incontri: prezioso per comprendere il rapporto tra arte ed ecologia, teatro e tecnologia. university.unige.it

EVENTI

Il giorno della musica

Roma, via Andrea Mantegna 130, Hotel Barceló

Una kermesse tra vintage e nuove tendenze. Dai vinili ai poster fino agli incontri con gli ospiti: è il "Music Day Roma", dove si potrà visitare la mostra dello storico fotografo dei Ramones, Henry Ruggieri, o ascoltare le colonne sonore di Lele Marchitelli. Piatto ricco per gli appassionati. musicaldayroma.com



I Ramones in concerto



Una Immagine da Indizi di felicità di Walter Veltroni

CINEMA

Sulle tracce della felicità

Nello sale italiano

La felicità non è uno stato permanente, soprattutto in un'epoca complessa come quella che stiamo vivendo. A ricordarcelo è Walter Veltroni che dopo *I bambini sanno* torna nella sale con *Indizi di felicità*. Un racconto dettagliato sul significato della gioia, partendo dall'esperienza delle persone comuni.

MUSICA

Pino a modo mio

Roma, via P. de Coubertin, Auditorium. Alle 21

"Un atto di devozione". Così Teresa De Sio parla del disco *Teresa canta Pino*, dove le sue sonorità folk-rock contaminano il mondo musicale di Pino Daniele. Ma nella scaletta del concerto c'è anche l'inedito *O'jammone*, scritto dalla stessa Teresa in ricordo dell'amico. auditorium.com

TEATRO

Shakespeare in Barbagia

Milano, viale Emilio Alemagna 6, Teatro dell'Arte. Fino al 28

Che a recitare siano solo uomini non è novità nel teatro elisabettiano. Ma a farlo in lingua sarda lo è di certo. "Machettu", progetto visionario di Alessandro Serra ispirato alla tragedia shakespeariana *Macbeth*, è ambientato in un'irreale e cupa Barbagia vicina alla Scozia. Tra sangue, natura e maschere. cinemate.org

OMAGGI

Genio e sregolatezza

Venezia, San Polo 2794, Casa di Carlo Goldoni. Alle 17,30

Surreale, ironico, irriverente. Tre aggettivi per descrivere *L'enfant terrible* del teatro italiano, Paolo Poli. *La mente è come l'ombrello: per funzionare deve essere aperta...* celebrerà l'artista fiorentino scomparso un anno fa, famoso per le sue esibizioni *en travesti*. Da sempre ispirato alla società del tempo, tra contraddizioni e cambiamenti, Poli farà sentire ancora la sua voce: «La sola legge che non ho infranto è quella di gravità». carlogoldoni.visitmuve.it

MOSTRE

Magazzino Novecento

Milano, piazza del Duomo 12, Palazzo Reale

Fotografie, film, testi di poeti e scrittori come D'Annunzio (che ne ideò il nome), Gadda, Zavattini e Calvino. I cento anni della Rinascenza vengono celebrati dalla mostra "LR100", viaggio nella storia di un secolo dalla moda al design. Fino al 24 settembre. palazzorealemilano.it



L'autore

Amedeo Balbi

Astrofilo, è professore associato all'Università di Roma "Tor Vergata", ha una rubrica sul mensile Le Scienze ed è autore di diversi saggi, tra cui *Cercatori di meraviglia* (Rizzoli), Premio Nazionale di Divulgazione Scientifica 2015. Il suo ultimo libro è *Dove sono tutti quanti?* (Rizzoli)

RITRATTO DI JASON SCHNEIDER

Scelti da

EVENTI

Giocare col passato

Italia, luoghi diversi

Ho una figlia di sei anni: gioca con il tablet e i videogiochi praticamente da quando è nata, ma si diverte molto anche con i classici giochi da cortile: Mosca cieca, Un due tre stella e, naturalmente, la Campana. Credo allora che le piacerebbero le "Olimpiadi dei giochi dimenticati", organizzate dal FAI nella Villa Gregoriana di Tivoli (Roma), nel Monastero di Torba, Gornate Olona (Varese) e nel Castello di Masirio, Caravino (Torino). fondambiente.it



FESTIVAL

Scrittori con le ali

Ravenna, luoghi diversi. Fino al 28

A Lugo di Romagna è nato l'asse dell'aviazione Francesco Baracca, cosa di cui i lughesi vanno molto orgogliosi. Da qualche anno, da quelle parti fanno anche "Scrittura Festival", una bella festa della letteratura ideata da Matteo Cavezzali. L'edizione di quest'anno inizia alla Sala Dantesca, alle 18,30, con lo scrittore anglo-pachistano Hanif Kureishi e continua nei giorni successivi con molti altri ospiti interessanti, da Matteo Strukul (il 24) a Stefano Benni (il 27). scritturefestival.com

LIBRI

A caccia dello stregone

Roma, piazza Colonna. Galleria Alberto Sordi. Alle 18

Silvia Bencivelli, medico di formazione, è da molti anni giornalista scientifica e anche molto noto al pubblico televisivo, visto che è una delle conduttrici del programma *Tutta Salute* di Rai3. Dopo aver scritto diversi saggi, ora si è cimentata con un romanzo, *Le mie amiche streghe*, che racconta in modo ironico il difficile confine tra scienza e pseudo-scienza che attraversa le nostre vite. Lo presenta alla libreria Feltrinelli della Galleria Alberto Sordi con Michele Mirabella.



Una scena di Il nome della rosa

TEATRO

Eco dietro il sipario

Torino, piazza Carignano 6, Teatro Carignano

Come si mette in scena, in teatro, un romanzo lungo e complicato come *Il nome della rosa*? Non lo so, ma mi incuriosisce molto il fatto che qualcuno ci abbia provato, e quindi andrei volentieri al Teatro Carignano di Torino per vedere l'allestimento del libro di Eco con la regia di Leo Muscato. Sul palco ci saranno Eugenio Allegri, Renato Carpentieri, Luigi Diberti e Luca Lazzareschi. Fino al 11 giugno. teatrostabietorino.it/teatro-carignano

Radio

Lunedì
22 maggio14.00
RADIO3

Appuntamento
quotidiano con
Wikiradio che
invece passato
e presente per
ricostituire la
memoria storica

a cura di
Carlo Ciavoni

Nella stagione delle mille verità *Wikiradio*, l'Almanacco di Radio3, propone ogni giorno alle 14 l'ascolto di un prodotto quanto mai solido, concreto, che scandisce il tempo e lo ferma su un evento, un personaggio, una storia in qualche modo legata alla data della messa

in onda. Il programma è nato nell'ottobre del 2011, curato allora da Federica Barozzi. Oggi è nelle mani di Loredana Rotundo, Clementina Palladini, Lorenzo Pavolini e Roberta Vespa. Ecco in breve un elenco delle prossime puntate, tutte da non perdere. Lunedì 22, George Best,

considerato il miglior calciatore nord-irlandese della storia e uno dei migliori calciatori di tutti i tempi, sarà raccontato dal giornalista Riccardo Michelucci. Martedì 23 toccherà alla *Lettera a una professoressa*, libro scritto da alcuni ragazzi della scuola di Barbiana, sotto la supervisione di don

Lorenzo Milani. Verrà ricordata la sua prima pubblicazione da parte della casa editrice Lef. Al microfono, Vanessa Roghi. Mercoledì 24, nel giorno dell'anniversario della morte, sarà di scena Duke Ellington. A ricordarne la figura, l'importanza e lo straordinario talento sarà Stefano Zenni.



COM'È DOLCE VENEZIA

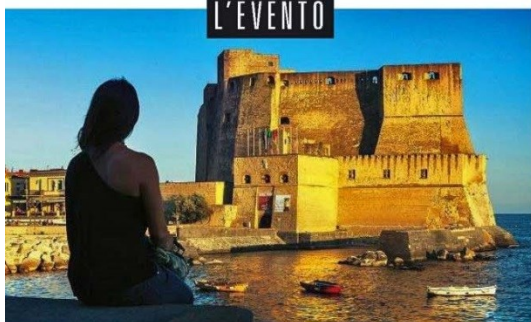
La moda incontra l'arte. Il marchio di moda Dolce & Gabbana ha appena inaugurato la seconda boutique a Venezia, progettata dall'architetto americano Eric Carlson, all'interno dell'ottocentesco Palazzo Torres, a pochi passi dal teatro La Fenice. Per l'occasione i due stilisti Domenico Dolce e Stefano Gabbana hanno annunciato il restauro dei nove dipinti raffiguranti il ciclo di Sant'Orsola di Vittore Carpaccio (nella foto sopra), custoditi alle Gallerie dell'Accademia. E non solo. È stata realizzata una collezione di foulard in seta con i simboli della Serenissima, in edizione limitata e in vendita nelle due boutique. Una parte del ricavato verrà devoluto alle organizzazioni no profit Save Venice e Venetian Heritage, le più importanti per la conservazione del patrimonio artistico e culturale di Venezia.

LA MOSTRA



LA RINASCENTE FESTEGGIA i 100 anni del suo nome. E Milano le rende onore dedicando ai grandi magazzini una mostra a Palazzo Reale, fino al 24 settembre. All'inizio si chiamavano Magazzini Bocconi, finché nel 1917 il poeta Gabriele D'Annunzio cambiò loro nome, su commissione di Senatore Borletti, l'imprenditore che decise di promuoverne la rinascita. Ora il Comune di Milano, Palazzo Reale e la Rinascente hanno deciso di raccontare un secolo di storia del costume di Milano attraverso la mostra *Rinascite - Stories of innovation*. La foto in alto è tratta da un servizio fotografico di Serge Libiszewski per la Rinascente nel 1966.

L'EVENTO



ELENA, ALLORA SEI TU?

Ora che sta per diventare una serie tv, chissà se la scrittrice Elena Ferrante riuscirà ancora a difendere il suo anonimato. Il primo ciak del suo bestseller *L'amica geniale* (edizione e/o) è previsto nei prossimi giorni a Napoli, prodotto dall'americana HBO e diretto da Saverio Costanzo, perché Ferrante è molto amata negli Stati Uniti. «Questo progetto mi intriga molto», ha dichiarato al quotidiano *The New York Times* la misteriosa scrittrice. Che poi tanto misteriosa non è più, dopo che un'inchiesta ha svelato la sua identità. Dietro lo pseudonimo c'è la traduttrice Anita Raja, moglie dello scrittore Domenico Starnone. E nessuna smentita è mai arrivata.

Foto SIMEPHOTO

MAGGIO
PLANNING

IN COPERTINA

Tessuti e colori boliviani in una casa danese. Il minimal nordico incontra il calore del Sud, in un felice mix di mondi
 ➡ **VAI A PAGINA [58]**

04 GIO

05 VEN
ORTICOLA
 Da oggi al 7 trovi il team di CF a Orticola, a Milano, con workshop e consulenze verdi gratis! » casafacile.it/eventi-concorsi

06 SAB

07 DOM
FOTOGRAFIA
 In mostra a Milano (10 Corso Como) le immagini finaliste al World Press Photo. Fino all'11/6 » worldpressphoto.org

08 LUN

09 MAR
 LizzyDeane su » etsy.com

10 MER

11 GIO
W LA CREATIVITÀ
 Oggi da Iper, a Milano, laboratori creativi green con il 'dream team' di CasaFacile!
 ➡ **TROVI TUTTO A PAG. [24]**

12 VEN

13 SAB

14 DOM
SCAMBIO PIANTE!
 È la festa della mamma! E c'è The Plantswap a La Fioreria (Milano): scambio piante e talee! Cerca La Fioreria su facebook

15 LUN

16 MAR

17 MER
Lanterne ricaricabili e tante nuove luci!
 ➡ **VAI A PAG. [46]**

18 GIO

19 VEN
 Jacqueline » pentaltlight.it

20 SAB
FIORI, FIORI!
 Fino a domani al Castello di Cherasco (TO), mostra mercato di fiori e piante (anche da frutto e da orto) » nelgiardino.delcastello.com

21 DOM

22 LUN

23 MAR

24 MER
COME ERAVAMO...
 Da oggi al 24/9 a Palazzo Reale (a Milano) una divertente mostra sulla storia della Rinascente! » rinascente.it

25 GIO

26 VEN

27 SAB

28 DOM
BACK TO POMPEI
 Da non perdere la mostra 'Pompei e i Greci', in collaborazione con Electa. A Pompei (NA) fino al 27/11 » pompeisites.org

29 LUN

30 MAR

31 MER

SULLO SFONDO
 Disegnata da Elena Salmistraro per Bosa e presentata al Salone del Mobile 2017, Dornette è una collezione di elementi in ceramica per rivestire le pareti
 » elenasalmistraro.com/dornette

01 GIO

02 VEN

03 SAB
CORRI A COMPRARE CASA FACILE DI GIUGNO!
C'È ANCHE L'ALLEGATO VERDE FACILE

CF_Maggio 2017

19

GIUGNO
PLANNING

IN COPERTINA



Ad Amsterdam, un ex garage rivive come appartamento open space con stanze nelle stanze create con finestre di recupero. Tutto da copiare!

➔ VAI A PAGINA 156

03	SAB	04	DOM	05	LUN	06	MAR	07	MER				
				È tempo di grigliate! Scegli il tuo barbecue a pag. 137				I ♥ PITTURA Apri al Museo Archeologico di Napoli 'Amori Divini': l'arte racconta l'amore nella mitologia » electa.it/mostre					
08	GIO	09	VEN	10	SAB	11	DOM	12	LUN	13	MAR	14	MER
						FIORI & AMORE Oggi a Villa della Pergola giornata dedicata ai fiori di agapanto, con i laboratori di Nadia Nicoletti » giardinidi villadellapergola.it		ARCHITETTURA Per la 'Milano Arch Week', itinerari guidati, mostre fotografiche e studi d'architettura aperti. Da oggi al 18/6 » milanoarchweek.eu					
15	GIO	16	VEN	17	SAB	18	DOM	19	LUN	20	MAR		
		CERAMICHE A Venezia fino al 20/8 il negozio Olivetti di piazza San Marco espone ceramiche di Ettore Sottsass » fondoambiente.it								Curiosa di scoprire cosa contengono queste scatole colorate? Corri a pag. 118			
22	GIO	23	VEN	24	SAB	25	DOM	26	LUN	27	MAR	28	MER
				LA RINASCENTE La Rinascente festeggia 100 anni con una mostra di immagini vintage! A Milano fino al 24/9 » skira.net/books/la-rinascente				LA TV NEL CUORE Bella mostra alla Fondazione Prada di Milano con RaiTeche: la storia degli Anni '70 attraverso la tv. Fino al 24/9 » fondazioneprada.org					
29	GIO	30	VEN	TAPPETI D'AUTORE Sullo sfondo, un tappeto di Paola Navone, Collection Crinkle. Il disegno ricorda un panno stropicciato e immerso nel colore, poi aperto e steso ad asciugare. Il colore è «un blu che non è mai solo blu»... [Kasthall » kasthall.com/en/designer/paola-navone].				01	SAB	02	DOM	03	LUN
								CORRI A COMPRARE CASAFACILE DI LUGLIO: C'È ANCHE L'ALLEGATO RISTRUTTURARE					

agenda

MOSTRE ED EVENTI



VAI SUL NOSTRO SITO
per conoscere
tutte le mostre
in programma
[www.cosedicasa.com/
mostre/](http://www.cosedicasa.com/mostre/)

CARLO MATTIOLI

Fontanellato (PR)
Labirinto della Masone, Str. Masone 121
Dal 27/5/17 al 24/9/17

🌐 www.labirintodifrancomariaricci.it ☎ 0521/827081
🕒 Tutti i giorni 10,30-19; mar chiuso 🚗 Intero 18€;
ridotto 10€ (compreso l'ingresso al Labirinto)



Nell'affascinante cornice del Labirinto della Masone, si colloca la suggestiva esposizione su Carlo Mattioli, modenese di nascita ma parmigiano d'adozione, pittore tra i più interessanti del panorama novecentesco. Si tratta di un percorso in tre sezioni, che ripercorre i cicli più noti, attraverso una sessantina di opere realizzate tra il 1961 e il 1993. **I Nudi coricati alle Nature morte**, in cui Mattioli sperimenta la pittura materica con colori bui e terrosi o, all'opposto, chiarissimi e impalpabili. **I ritratti**, che testimoniano la conoscenza e gli scambi con numerosi artisti dell'epoca. Infine i celebri **Paesaggi**, dove emerge l'amore per la natura, un universo in cui immergersi, meditare, per un'esperienza che si fa quasi mistica. La mostra è una bella occasione per scoprire o riscoprire il pittore, la cui opera è sempre al limite tra figurazione e astrazione, ma sempre capace di rendere vivi tutti i soggetti di cui si nutre.

Labirinto della Masone, Fontanellato (PR).

Carlo Mattioli,
*Ritratto
di Morandi*,
1969, olio su
tela 50x50,
collezione
privata



La mostra è realizzata dalla Fondazione Franco Maria Ricci e dall'Archivio Mattioli, che ha messo a disposizione molte opere inedite del pittore. In questa occasione verrà pubblicato anche il **Catalogo Generale dei dipinti**, edito da Franco Maria Ricci, con 2.700 dipinti schedati e circa 150 riproduzioni a colori di grandi dimensioni delle opere più rappresentative dell'artista.

Carlo Mattioli,
Paesaggio,
1980, olio
su tela cm
150x120,
collezione
privata



BOTERO

Roma. Complesso del Vittoriano,
Via di San Pietro in Carcere
Dal 5/5/17 al 27/8/17

🌐 www.complessodelvittoriano.it 🕒 lun-
gio 9,30-19,30; ven e sab 9,30-22; dom
9,30-22,30 🚗 Intero 12€; ridotto 10€

Prima grande retrospettiva in Italia per Fernando Botero, celebre in tutto il mondo per le forme esuberanti ed insolite dei suoi soggetti. Negli oltre 50 capolavori esposti, che ripercorrono la carriera dal 1958 fino al 2016, il visitatore potrà apprezzare il **richiamo all'America Latina, terra d'origine di Botero**: uomini, animali e vegetazione immersi in una dimensione fiabesca e onirica, simbolo di un mondo ormai in dissoluzione.

FOTOGRAFIA
EUROPEA 2017

XII EDIZIONE

Reggio Emilia. Chiostri di San Pietro, Palazzo Magnani e altre sedi. Dal 5/5/17 al 9/7/17

🌐 www.fotografiaeuropea.it ☎ 0522/444412

Giunta alla XII edizione, Fotografia Europea 2017 ruota quest'anno attorno al tema **Mappe del tempo. Memoria, archivi, futuro**. Oltre 30 mostre ufficiali per riflettere sui concetti di storia e di archivio, su immagini che sono sempre memoria e visione del futuro. Ma anche su come l'archivio, da deposito del passato, diventi luogo di ricerca di nuovi possibili percorsi e spunto per un'indagine su archivi digitali, Internet, deep web e post-verità.

LA RINASCENTE
100 ANNI

(1917-2017)
Milano. Palazzo Reale, Piazza del Duomo
12. Dal 23/5/17 al 24/9/17

🌐 www.palazzoreale.it ☎ 02/88445181 🕒 lun
14,30-19,30; mar, mer, ven e dom 9,30-
19,30; gio e sab 9,30-22,30 🚗 Intero 12€;
ridotto 10€

Per festeggiare il centenario dell'azienda, il cui nome fu ideato da Gabriele D'Annunzio nel 1917, Palazzo Reale organizza una mostra multimediale che ne racconta l'evoluzione: un **simbolo per Milano e l'Italia**, che incarna la storia della moda e del design, e a cui sono legate le grandi trasformazioni sociali della modernizzazione.



WWD

Fashion + Business + Beauty + Men's + Runway + Accessories + Eye +

Today's
Digital
Daily

WELCOME KARLA

ACCOUNT

LOG OUT

Search WWD's DM+ Stories

BUSINESS

Target to Pay \$18 Million to End States' Suit Over Data Breach

BUSINESS

CFDA and NYCEDC Help Students With Fashion Future Graduate Showcase

BEAUTY

Anastasia Beverly Hills Receives Top Spot for Earned Media Value

EYE / PARTIES

La Rinascente Fetes 100th Anniversary With Gala Dinner

Rosita and Angela Missoni, along with Neil Barrett, were among the guests at the dinner hosted by the department store on Monday at Milan's Royal Palace.

By **Alessandra Turra** on May 23, 2017



Neil Barrett, Angela Missoni and Rosita Missoni
Courtesy Photo

MILAN — *La Rinascente* hosted a gala dinner on Monday night at the Royal Palace here to celebrate its 100th anniversary.

Ahead of the dinner, prepared by chef Carlo Cracco, guests enjoyed a preview of the "LR 100-Rinascente. Stories of Innovation" exhibition, curated by Maria Canella, a fashion history professor at *Milan University*, along with Sandrina Bandera, president of the modern and contemporary art Ma*Ga Museum in Gallarate, Italy. **Rem Koolhaas'** OMA/AMO studio developed the exhibit's concept and design.

"La Rinascente was crucial for the success of our company," said **Rosita Missoni**, who attended the dinner along with her daughter Angela, creative director of the family-owned firm. "They ordered 500 pieces of these two models of knitted dresses which had buttons on the front and which women were able to try without using the changing rooms."

Those dresses were center stage in one of the exhibition's 11 rooms. Reproducing the original shopping windows where they were displayed in 1958, they were shown on blindfolded mannequins.

"The night the windows were set up, Tai [her late husband Ottavio Missoni] and I ran to see them," said **Missoni**. "It was a foggy night, the Duomo square was empty and suddenly a mechanic wearing a jumpsuit stopped next to us and looking at the windows commented 'Poor girls, thank God they cannot see how they are dressed.' He brought us good luck!"

Neil Barrett also attended the dinner. "I usually don't come to this kind of event, but for **Vittorio Radice** [La Rinascente vice chairman,] everything!" said the British designer, who is about to move his company into new headquarters located on Milan's Via Ceresio, next to the Dsquared2 building. "It's really exciting. I totally like the new space."

Before the end of the dinner, Le Div4s, a group of four sopranos, offered a live performance.

ESSENTIALIST

— TODAY'S MUST READ —

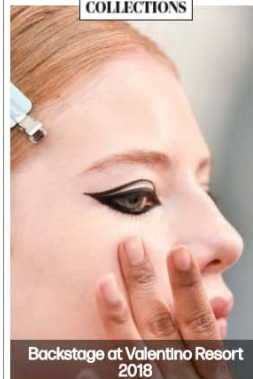


Valentino Resort 2018

LATEST GALLERIES

American Ballet Theater's
Spring Gala 2017

COLLECTIONS

Backstage at Valentino Resort
2018

Mittwoch, 24. Mai 2017

JOBBÖRSE

RESEARCH

KONTAKT

ABO

MEDIADATEN

ACCOUNT

SUCHE

TextilWirtschaft

Business / Fashion / Digital

HOME / BUSINESS / UNTERNEHMEN

WARENHÄUSER

Große Ausstellung für La Rinascente-Jubiläum

von Tobias Bayer am 23. Mai 2017

Das Mailänder Warenhaus La Rinascente feiert 100-jähriges Bestehen mit einer Retrospektive im Palazzo Reale. Für das laufende Jahr rechnet das Top-Management mit einem leichten Umsatzplus.


Die Ausstellung wird am Mittwoch offiziell eröffnet. Bis zum 24. September haben die Besucher die Gelegenheit, in die Geschichte von La Rinascente einzutauchen. Dabei unterstreichen die Organisatoren, wie das Warenhaus das Konsumverhalten und die Stadt Mailand verändert hat.


Das 100-jährige Jubiläum bezieht sich auf die Namensgebung. 1917 beauftragte Senatore Borletti, der das kriselnde Warenhaus Bocconi übernommen hatte, den Dichter Gabriele D'Annunzio damit, sich einen passenden Namen ausdenken. D'Annunzio kam auf "La Rinascente" und betonte damit die Wiederauferstehung des Warenhauses nach schweren Zeiten.

La Rinascente gehört heute zur thailändischen Central Group, die auch am Berliner KaDeWe beteiligt ist, und ist ein erfolgreiches Unternehmen mit mehreren Häusern in Italien. 2016 lag der Umsatz bei 615 Mill. Euro, das waren 3% mehr als 2015. Allein am Hauptstandort Mailand setzte die Warenhaus im vergangenen Jahr rund 350 Mill. Euro um. Der Umsatz je Quadratmeter bewegt sich bei 20.000 Euro. Der neue CEO von La Rinascente, Pierluigi Cocchini, erwartet für das laufende Jahr ein Plus von 5 bis 6%.


Mit verantwortlich dafür seien chinesische und russische Touristen. Die Duty Free-Umsätze lägen 25% über Vorjahr, so Cocchini. Cocchini folgt vor kurzem auf Alberto Baldan, der zu Grandi Stazioni Retail gewechselt ist. Das Unternehmen gehörte früher zur italienischen Staatsbahn und verwaltet heute die 14 größten Bahnhöfe des Landes, darunter auch den Mailänder Hauptbahnhof.

Das Warenhaus bemüht sich darum, das Jubiläumsjahr für Initiativen zu nutzen. Im September soll La Rinascente in Rom eröffnet werden. Zudem ist das Haus am Mailänder Domplatz Gastgeber für einen runden Tisch während der Mailänder Womenswear-Woche im September. Eingeladen sind unter anderem der Mailänder Bürgermeister Giuseppe Sala und Wirtschaftsminister Carlo Calenda.

 Lire le magazine
  Suivre
  Newsletters



 LesEchos SÉRIE LIMITÉE

Recherche 
 Connexion 
 ABONNEZ-VOUS

LesEchos.fr
 Mode
 Beauté
 Horlogerie & Joaillerie
 Art de vivre
 Auto & High-Tech
 Voyage
 Culture
 Les + lus
 Diaporamas
 

LA RINASCENTE FÊTE SON PREMIER SIÈCLE

Accueil / Art De Vivre / DéCo & Design / Le 24/05 à 17:52 /



Séance photo pour la Rinascente sur les toits du magasin de la place Duomo à Milan - ©SERGE LIBISZEWSKI







Le grand magasin milanais célèbre son centième anniversaire avec une exposition au Palazzo Reale jusqu'au 24 septembre.

Fondée en 1917 par le sénateur Borletti, la Rinascente a traversé le XXe siècle tout en devenant un moteur économique et un emblème pour l'Italie. C'est pourquoi l'exposition qui lui ait consacré évoque également l'histoire de son pays à travers une série d'expériences visuelles, physiques et multimédias.





Un siècle d'histoire du costume et de la culture italienne est retracé au Palais Royal de Milan afin de fêter son anniversaire. L'exposition « Appartamento del Rinascente » réunit oeuvres d'art, objets de designs et images historiques dispersés dans onze salles différentes. Chacune d'entre elles expliquent le rapport du magasin à l'art et la culture grâce à ses nombreuses innovations.

Exposition au Palazzo Reale : Piazza del Duomo, 12, 20122 Milano, Italie.

EDIZIONI ANSA > Mediterraneo | Europa | Nuova Europa | America Latina | Brasil | English | Mobile

Seguici su:      

ANSA **Cultura**

Fai la ricerca  Il mondo in Immagini  Mai alla Borsa  Mai al Meteo 

[Cronaca](#) | [Politica](#) | [Economia](#) | [Regioni +](#) | [Mondo](#) | **Cultura** | [Tecnologia](#) | [Sport](#) | [FOTO](#) | [VIDEO](#) | [Tutte le sezioni +](#)


PRIMOPIANO • CINEMA • MODA • TEATRO • TV • MUSICA • LIBRI • ARTE • UN LIBRO AL GIORNO • UN FILM AL GIORNO • TROVA CINEMA

ANSA.it > Cultura > Moda > 100 anni Rinascente, mostra a Milano


100 anni Rinascente, mostra a Milano

Non solo grande magazzino, fu motore di innovazione

Redazione ANSA
MILANO
23 maggio 2017
17:52
NEWS



Archiviato in
Arti (generico)
Borletti
Gabriele D'Annunzio
Alessandro Manzoni
Bocconi



© ANSA

CLICCA PER INGRANDIRE

(ANSA) - MILANO, 23 MAG - Non solo un grande magazzino, ma un motore di innovazione che, fin dalle origini, fu un laboratorio dove sperimentare le novità che provenivano dal resto d'Europa.

E' il ritratto della Rinascente tracciato dalla mostra che apre il 24 maggio a Milano, a Palazzo Reale, in occasione dei festeggiamenti per i 100 anni del nome ideato da Gabriele D'Annunzio su commissione di Senatore Borletti, che acquistò i grandi magazzini Bocconi nel 1917, promuovendone la rinascita.

Il modello di vendita con la merce esposta negli scaffali a prezzo fisso, contribuì alla nascente società dei consumi, creando nuovi miti e archetipi nel gusto, rivoluzionando l'immagine femminile e maschile e stimolando la nascita dei sistemi produttivi legati alla moda e al design.

Curato dallo studio OMA/AMO, l'allestimento si snoda in 11 stanze che rispecchiano la varietà espositiva tipica dei grandi magazzini, passando dalla moda al design, con opere di Depero, Munari, Melotti, Fontana, Soldati, Rotella, Warhol, Pistoletto, Manzoni.

ULTIMA ORA CULTURA

09:44

Vasco a Modena, soldout 20mila biglietti

09:07

Ernaux, indaga memoria e scrittura

19:40

A Greg Lake cittadinanza Comune Zoagli

18:39

David Ayer verso il reboot di Scarface

18:08

GruVillage 2017, aprono J-Ax e Fedez

17:52

100 anni Rinascente, mostra a Milano

17:36

Apri Quadreria palazzo Magnani a Bologna

17:34

Al via "Danteprima" a Pisa

17:27

Lingotto Musica con Currentzis e Muti

17:23

Zambrano, i terroristi e la colpa

Tutte le news

+ LETTI

Ultima Settimana

11:313 volte

Suicida Chris Cornell. Medico legale: si è impiccato

66136 volte

RIPRODUZIONE RISERVATA © Copyright ANSA

Accedi | Registrati

f

tw

G+

ig

in

en

Cerca

VOGUE

ITALIA

Fashion Talents Photography Beauty News Fashion Shows Archive Suzy Menkes Video More Vogue

Special Links

OROSCOPO

NOTIZIE DEL GIORNO

PARTIES & EVENTS

VOGUE ARTS

ENCYCLO

NOTIZIE DEL GIORNO

LR100: il Gala Dinner

36 photos

VIEW GALLERY

News / Notizie del giorno / LR100: il Gala Dinner

May 23, 2017 3:45 PM

by REDAZIONE

FOLLOW REDAZIONE

SAVE

♡

f

i

tw

SAVE

♡

f

i

tw

G+

p

ig

Un esclusivo gala dinner ieri sera ha celebrato la mostra dedicata ai 100 anni di La Rinascente. Una grande esposizione realizzata dal Comune di Milano | Cultura, Palazzo Reale e la Rinascente che, nelle sale dell'Appartamento del Principe al piano nobile, dal 24 maggio al 24 settembre 2017, racconterà il mondo del grande department store italiano.

8 photos

VIEW GALLERY

photographed by COURTESY PRESS OFFICE

LR100. Rinascente. Stories of innovation, attraverso un'eccezionale varietà e quantità di opere d'arte, grafica, oggetti di design, immagini storiche e contributi inediti, ripercorre le tappe della storia del grande magazzino intrecciato inevitabilmente con il cambiamento dei costumi del nostro paese e la nascita di quello che, oggi, è il Made in Italy:

La serata, che si è tenuta presso la sala delle Otto Colonne a Palazzo Reale, ha visto la partecipazione di Vittorio Radice, Sudhitham Chirathivat, Rosita e Angela Missoni, Massimo Ferretti, Neil Barrett, Gabriele Maggio, Aldo Cibic e Guglielmo Miani.

David Lauder presents "Hair and Body Wash"

[illegible]

GIORNALE DELLA SERA MERCOLEDÌ 24 MAGGIO 2017 Abbonati ad Amica!

AMICA

MODA / BELLEZZA / ACTIVE / KITCHEN / DAILY TIPS / VIDEO / PARTY & PEOPLE / INSTALOOK

HOME » MODA » NEWS

Una notte alla Rinascente

Per prepararsi alla mostra milanese



ARTICOLI CORRELATI

MODA
IR: La mostra
GUARDA LA GALLERY

DAILY TIPS
"Pop Art vs Art Decor" di Massimo Malpezzi
LINK

PARTY PEOPLE
"NEW YORK NEW YORK": le opere in mostra
GUARDA LA GALLERY

GUARDA LA GALLERY

Tutto quello che pensavo di sapere della vita si riduceva a poco: anche con i sogni conviene limitarsi a quelli che ti puoi permettere. Si vede che non sono un'esperta in destino, perché tra le cose che sognavo a 20 anni c'era passare una notte nel più importante negozio d'Italia.

Ho trascorso una notte da sola alla Rinascente. La storia è più lunga e comincia a Londra. Era il mese di luglio del 2001, dopo gli esami della sessione estiva ero andata in Inghilterra a lavorare e a studiare la lingua. Nessuno me lo aveva chiesto.

Ci avevo pensato io, visto che nella mia facoltà, Giurisprudenza, a Napoli, l'inglese era considerato una finezza troppo esotica per stare nei programmi. In cambio ti davano molto latino, sapevo a memoria i papiri giuridici di Ercolano. Per farla breve, stando ai miei ingenui piani sarei tornata a casa, dopo 100 giorni oltre la Manica, con una pronuncia perfetta e molta pratica del mondo.

Avevo 20 anni, chi viaggiava mi pareva una persona migliore. Il calcolo che non avevo fatto era questo: Londra d'estate è una succursale d'Italia. La mia era solo la vacanza intelligente che avevano programmato migliaia, tutti intelligenti.

Abbandonata l'idea di sapere la lingua – facevo una domanda in inglese e mi rispondevano in napoletano – cominciai a guardarmi intorno. E quello che c'era intorno, in quei primi giorni, erano i soldi. La prima illuminazione si manifestò sotto forma di ambulanza.

Harrods, angolo tra Hans Crescent e Brompton Road: due ragazze venivano allontanate, una sanguinava. Il pretesto per la guerra era stata una Baguette Fendi, 35 centimetri di Swarovski lilla, a sole 350 sterline.

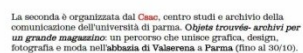
Si erano tirate i capelli perché non conoscevano la regola dell'utilità marginale degli acquisti. Ovvero la seguente, nel caso illustrato. Costa 350 sterline? La metto 350 volte? Se la risposta è no, si lascia.

Invece le due erano arrivate alle lesioni dolose in nome di un altro principio: se un oggetto lo vuole qualcun altro oltre me, vuol dire che vale qualcosa.

di Ester Viola

Continua sul numero di AMICA in edicola

Guarda la gallery sulla mostra **IR 100. RINASCENTE. Stories of Innovation** (catalogo Skira). Dal 24 maggio al 24 settembre, al Palazzo Reale di Milano



domus

Architettura / Design / Arte / Prodotti / Archivia Storica / LIVES

Contatti / Blog / Interviste / Opinioni / Portfolio / Recensioni / Video / Corsi / Scuola

Realtà Virtuale / Design Store / News / Italia / Europa / Edizioni Speciali / Dall'Archivio

100 anni la Rinascente

OMA/AMO ha ideato l'allestimento ricco grande mostra a Palazzo Reale, Milano, che celebra i cento anni di storia della Rinascente, il department store per eccellenza.

1866 1966

Nature

Enriched by the Domus team

Sezioni: Italia, Arte

Articoli: 10

Stato profilo / Facebook / Like on Facebook / Share on Twitter

domus

Stato profilo / Facebook / Like on Facebook / Share on Twitter

Contatti / Blog / Interviste / Opinioni / Portfolio / Recensioni / Video / Corsi / Scuola

Realtà Virtuale / Design Store / News / Italia / Europa / Edizioni Speciali / Dall'Archivio

A Palazzo Reale si celebrano i 100 anni de la **Rinascente**, con una mostra che racconta un secolo di storia del costume e della cultura di Milano e dell'Italia. Il progetto scientifico della mostra è curato da Sandrina Bandera e Maria Canella, storiche dell'arte, della società e del costume, mentre l'allestimento è stato curato da OMA/AMO.

OMA/AMO, "100 - Rinascente. Stories of Innovation", cura dell'allestimento, Palazzo Reale, Milano 2017

La produzione e il lavoro di ricerca sono curate da Memoria & Progetto, associazione culturale che ha selezionato, sotto il coordinamento di Elena Puccinelli, tutti i documenti, le fotografie, i materiali grafici e gli oggetti presenti in mostra. La ricerca nasce dal portale **Rinascente Archives** dove è stato ricostruito in digitale l'archivio dell'azienda, attraverso la ricerca e la selezione, la riproduzione e la valorizzazione delle immagini e dei documenti relativi alla storia dell'azienda, conservati negli archivi e nelle biblioteche locali e nazionali.

OMA/AMO, "100 - Rinascente. Stories of Innovation", cura dell'allestimento, Palazzo Reale, Milano 2017

L'allestimento di OMA/AMO è concepito come un archivio vivente che invita il fruitore a scoprire tutte le meraviglie che contiene attraverso una serie di diverse esperienze visive, fisiche e multimediali, in un percorso di undici stanze. La mostra racconta, stanza dopo stanza, come la Rinascente sia riuscita ad offrire al grande pubblico una diversa percezione dell'arte, della cultura e del design, mettendo al centro della propria attività ricerca e innovazione attraverso la complessità della storia del XX secolo. Non si tratta di un viaggio lineare, ma di un collage di contributi, identità, persone e stimoli differenti che, con la stessa varietà espositiva tipica dei grandi magazzini, raccontano come la Rinascente sia diventata l'esempio per eccellenza nel panorama dei department store europei.

OMA/AMO, "100 - Rinascente. Stories of Innovation", cura dell'allestimento, Palazzo Reale, Milano 2017

fino al 24 settembre 2017
LR100 - Rinascente. Stories of Innovation
 a cura di Sandrina Bandera e Maria Canella
 Palazzo Reale
 Milano

CATEGORIE

L'OFFICIEL

ITALY ▼



Dal 20 maggio al 24 settembre 2017, il m.a.x. museo di Chiasso (Svizzera) ospita la mostra che celebra la vocazione grafica della Rinascente, a cento anni dalla fondazione dei grandi magazzini, nati nel 1917 con la titolazione nata dalla vena poetica di Gabriele D'Annunzio.

La mostra celebra, a cento anni dalla fondazione della Rinascente (1917), la vocazione grafica dei celebri grandi magazzini, che fin dagli esordi rappresentano un vero e proprio laboratorio di sperimentazione per la storia della grafica e del design.

L'esposizione presenta manifesti, locandine, calendari, cartoline, grafiche pubblicitarie, campagne fotografiche, pubblicazioni e molto altro, che ripercorrono la linea comunicativa della Rinascente in cento anni di vita, dai manifesti in stile liberty disegnati da Marcello Dudovich al monogramma «R» progettato da Max Huber, ai lavori realizzati da grafici quali Albe Steiner, Lora Lamm, Roberto Sambonet, Bob Noorda, Aoi Huber Kono, Bruno Munari, Italo Lupi, Mario Bellini e molti altri, senza dimenticare fotografi come Aldo Ballo, Ugo Mulas, Serge Libiszewski, William Klein e Oliviero Toscani.

L'esposizione analizza i vari ambiti toccati nella storia centenaria della Rinascente: dall'arte al servizio della *réclame* al cartellonismo, dalla grafica progettata all'imballaggio come sistema comunicativo, dagli allestimenti alla cultura di presentazione teatralizzante delle merci, dalla pubblicità classica al sistema innovativo del design.

Il percorso espositivo prende avvio nei primi anni del Novecento, quando la Rinascente s'impone per la novità e l'eleganza che ne caratterizza l'immagine pubblicitaria. Sarà *Marcello Dudovich*, che veicolava l'immagine di una donna dinamica ed elegante, ad accompagnare i successi di crescita de la Rinascente per più di trent'anni (dal 1921 al 1956). Si affiancheranno poi a Dudovich nuovi autori, come Gino Boccasile, Alfredo Lalia, Renato Vernizzi, Walter Resentera e Nanni Schipani.

Il grande magazzino è concepito come un "regno al femminile": a comprare, a vendere, a servire e a essere servite sono quasi esclusivamente donne. E anche la *réclame* è prevalentemente rappresentata al femminile. Si affermano così le nuove tipologie pubblicitarie, che dagli anni Trenta comunicano grazie anche a nuove tecniche di stampa, con frequente inserimento della fotografia.



Max Huber, La Rinascente - Per l'estate di tutti, 1954, manifesto pubblicitario, stampa offset, foto Sergio Libis, 70 x 100 cm Archivio Max Huber

LA RINASCENTE

100 ANNI DI CREATIVITÀ D'IMPRESA ATTRAVERSO LA GRAFICA

m.a.x. museo (Via Dante Alighieri 6), Chiasso (Svizzera)

20 maggio - 24 settembre 2017

Inaugurazione: venerdì 19 maggio ore 18.30

Orari

Martedì-domenica

ore 10.00-12.00

ore 14.00-18.00

Lunedì chiuso (tranne lunedì 5 giugno 2017)



Palazzo Reale e Rinascente celebrano insieme i 100 anni del nome della grande azienda milanese, con una mostra che racconta un secolo di storia del costume e della cultura di Milano e dell'Italia.

Quest'anno la Rinascente festeggia i primi 100 anni del suo nome, ideato da Gabriele D'Annunzio su commissione di Santino Bonetti, che acquistò i grandi magazzini Bonicini nel 1917, per poi prometterne la rinascita. Canticchiera così una nuova storia fatta di passione, talento e capacità di visione tale da succedere, a partire dai primi del Novecento, nuovi sui modelli di consumo e sull'evoluzione che portò Milano a imporsi come motore economico dell'Italia post-unitaria.

Per celebrare l'esordio il Comune di Milano (Cultura, Palazzo Reale e la Rinascente) hanno deciso di raccontare questa storia, con una mostra nella sala dell'Appartamento del Principe al piano nobilito, dal 24 maggio al 24 settembre 2017.

Attraverso un'incantevole varietà e quantità di opere d'arte, grafica e di design, immagini storiche e contemporanee, il pubblico potrà scoprire come la Rinascente abbia scelto capitoli importanti nella storia del costume, della comunicazione e della grande distribuzione. Gli della sua origini, infatti, si caratterizza come laboratorio dove sperimentare le novità provenienti dal resto d'Europa, il modello di vendita innovativo non solo fu la chiave di volta di un'economia moderna, ma produsse decisivi cambiamenti nella vita quotidiana della nascente società, rivoluzionando l'immagine femminile e maschile e stimolando la nascita dei sistemi produttivi legati alla moda e al design, pilastri fondanti del Made in Italy.

A fare da sfondo Palazzo Reale che, a pochi passi dal Duomo, dalla Galleria e dalla stessa Rinascente, rappresenta un'ultima storica e iconica istituzione meneghina.



La mostra parlerà di immagini, oggetti, eventi e persone, in particolare grande spazio sarà dedicato agli artisti che furono determinanti nel creare il clima culturale dell'epoca e ai giovani collaboratori, che grazie al laboratorio formato dalla Rinascente, divennero protagonisti di nuove forme creative, dalla moda al design, dalla grafica alla comunicazione, dalla gestione amministrativa alla produzione industriale.

Un catalogo di saggi e testimonianze di autori e protagonisti della storia della società e dell'economia, opere di grande portata di artisti dell'epoca, quali Depero, Manzoni, Meloni, Fontana, Gallati, Cerri, Bonella, Vattori, Pinchetti, Manzoni, architetti e design, arte e grafica, moda e comunicazione. Le idee rivoluzionarie dei movimenti artistici più importanti, come quelle di Gropius, Le Corbusier, Kandinskij, diventano sfondi per dialoghi costruttivi con i grafici e i designer della Rinascente, che ascoltano e sviluppano un nuovo linguaggio.

MANIFESTO DUDOVICH, LA RINASCENTE, FIERA DEL BIANCO - 1920 la tipografia e l'Archivio la Rinascente, Milano

Il racconto di una storia, quella storia che vede come protagonista un'impresa e il background nel quale si è inserita, ossia Milano. La città lombarda, tra Otto e Novecento, assume un ruolo chiave e influo internazionale come capitale del commercio, dell'editoria e della comunicazione, della moda e del design. Recuperare la memoria di Rinascente significa anche recuperare una parte fondamentale della storia culturale, sociale e politica del nostro Paese, perché, come è stato scritto: la Rinascente è un'impresa commerciale ma anche un'azienda culturale: «Non è stato solo un "tempio dei consumi", ma un'università sperimentale, una grande fabbrica moderna dispensatrice di merci e vegetazioni».

Immagine: SERGE LIBRIZESKI, 1966-1967
Servizio fotografico per la Rinascente sul tema del grande magazzino in piazza del Duomo // Archivio la Rinascente, Milano



ALBE STEINER LA SI RAPPRESENTA, 6 DICEMBRE 1955 Manifesto // Archivio la Rinascente, Milano

Milano
Lunedì dalle 10.30 alle 19.30
Martedì, mercoledì, venerdì e domenica dalle 9.30 alle 19.30
Giovedì e sabato dalle 9.30 alle 22.30

Milano
Palazzo Reale, Milano



SPORT LIFESTYLE RAGAZZE MODA GADGET (ETC...) Cerca
ALFREDO ACCEDI

Ossessioni: Festival di Cannes Internazionali d'Italia Serie Tv Giro d'Italia Champions League Ferrari Star Wars Spazio Donald...

PREV <
25.5.17
di Angelo Ruggeri
f t g+
> NEXT

MODA
Trend
News Moda
Best dressed
irena
News Moda
Best dressed
Orologi

Home > Trend > News Moda

La mostra che celebra i 100 anni de La Rinascente

Il department store compie 100 anni e festeggia con una mostra che racconta un secolo di storia del costume e della cultura di Milano e dell'Italia. A Palazzo Reale, fino al 24 settembre

Quest'anno **La Rinascente** festeggia i 100 anni del suo nome, ideato da **Gabriele D'Annunzio** su commissione del **Senatore Borletti**, che acquistò i **grandi magazzini Bocconi** nel 1917, promuovendone la rinascita. Cominciava così una storia fatta di passione, talento e capacità di visione tale da suscitare, a partire dai primi del Novecento, un impatto innovativo sui modelli di consumo e sull'evoluzione che portò Milano ad affermarsi come motore economico dell'Italia.

Per celebrare l'evento, il **Comune di Milano**, insieme a **Palazzo Reale** e allo stesso department store hanno deciso di raccontare questa storia con una mostra, a cura di **Sandrina Bandera** e **Maria Canella** con il set up firmato da **OMA/AMO**, nelle sale dell'**Appartamento del Principe** al piano nobile del Palazzo Reale di Milano, che rimarrà aperta al pubblico fino al prossimo 24 settembre.

Attraverso un'eccezionale varietà e quantità di opere d'arte, grafica, oggetti di design, immagini storiche e contributi inediti, il pubblico potrà scoprire come La Rinascente abbia scritto capitoli importanti nella storia del costume, della comunicazione e della grande distribuzione.

Sin dalle sue origini, infatti, si caratterizzò come laboratorio dove sperimentare le novità che provenivano dal resto d'Europa. Il modello di vendita innovativo, derivato dalle iniziali esperienze francesi, con la merce esposta negli scaffali a prezzo fisso, non solo fu la chiave di volta di un'economia moderna, ma produsse decisivi cambiamenti nella vita quotidiana della società dei consumi, creando nuovi miti e archetipi nel gusto, rivoluzionando l'immagine femminile e maschile, e stimolando la nascita dei sistemi produttivi legati alla moda e al design, pilastri fondanti del **Made In Italy**.

Sede della mostra è Palazzo Reale, principale location espositiva milanese e cuore di quel centro urbano che rappresenta lo spirito della città, a pochi passi dal **Duomo**, dalla **Galleria**, dalla **Scala** e da La Rinascente, che ne interpreta lo spirito produttivo. Nella gallery sopra, un'anteprima delle opere esposte.

LASCIA IL PRIMO COMMENTO

Top Video

LIVE!
0:18 / 3:10

Più letti

Intimissimi, la nuova egérie è Bianca Suarez. Oggi lo spot

Non solo Lara Croft: quante eroine con cui giocare

Il Mondiale secondo Paul Smith

Alfredo, da oggi al tuo servizio

Più letti

Intimissimi, la nuova egérie è Bianca Suarez. Oggi lo spot

Non solo Lara Croft: quante eroine con cui giocare

Il Mondiale secondo Paul Smith

Alfredo, da oggi al tuo servizio

Ultimi

La Rinascente compie 100 anni!

David Lynch ha disegnato delle T-Shirt con Tami Pasha e'

SPONTO 60%
Abbonati e Regala GQ! edizione digitale inclusa
ESPANDI



Un secolo di Rinascen



Sono passati 100 anni da quando Gabriele D'Annunzio coriò il nome Rinascen per i grandi magazzini di Milano. Oggi, una mostra a Palazzo Reale racconta la sua evoluzione. Ecco cosa ci ha raccontato il vice Presidente, Vittorio Radice

Il Gabriele D'Annunzio a contare il suo nome, incaricato dal senatore Trucchi che nel suo negozio di grandi magazzini di Milano pensava ad aumentare il volume della merce - il celebre scrittore suggerì Rinascen per rievocare, appunto, la rinascita del secolo.

Dici, i famosi grandi magazzini offrono un impulso innovativo nei modelli di consumo e nell'architettura che porta Milano ad affermarsi come metropoli economica dell'Italia post-unitaria. Ma non solo, il suo avvento rivoluzionò le abitudini sociali e il modo di concepire quello che oggi chiamiamo shopping.

Non si tratta più solo per fare comprare. La Rinascen era diventato un luogo di incontro, dove poter fare proprio le ultime novità e scoprire le mode londinesi. La stessa ambizione: essere di essere messi tutti a parità nel gusto, nell'immagine femminile e maschile, stimolando la nascita dei sistemi produttivi legati alla moda e al design, pilastri fondanti del Made in Italy.

LEGGI ANCHE
C'è una storia: tutti i look le 5 volte nella Capitale

Oggi, a un secolo della sua rinascita, La Rinascen ha deciso di raccontare la propria storia con *Store of Rinascen*, una mostra promossa e curata dal Comune di Milano - Cultura e Palazzo Reale, allestita nelle sale dell'appartamento del Principe del piano nobile. Dal 22 maggio al 22 settembre 2017.

LEGGI ANCHE
L'abbigliamento di Pippa Middleton e degli invitati

Non è un caso che sia stato scelto proprio il Palazzo Reale per questa esposizione. Oltre ad essere un'istituzione, è collocato all'interno di quel distretto che rappresenta perfettamente lo spirito della città: modernità e di cui La Rinascen è il cuore. Proprio come ci ha raccontato Vittorio Radice, vice presidente di La Rinascen con cui abbiamo scambiato due chiacchiere.

La Rinascen: un nome che vanta 100 anni di vita e un significato importante. In che modo la sua nascita ha rivoluzionato il modo di fare shopping e la generale la vita del consumatore?

È una vera rivoluzione se pensiamo che all'epoca, quando si veniva per andare a fare acquisti, ci si recava ad entrare nel piccolo negozio per farsi consigliare l'abito e poi si veniva. L'arrivo di Rinascen, invece, ha modificato la vita: le abitudini sociali. Non si veniva più solo per comprare una determinata cosa, ma si andava ai grandi magazzini per incontrare le altre persone, per scoprire le ultime novità, e semplicemente per fare un giro. Un po' come accade oggi.

La Rinascen, infatti, è quel luogo in cui si entra per acquistare un abito, ma poi ci si ferma per un drink e si esce anche con un oggetto di design. Quali sono i vantaggi di un'offerta così ampia e variegata che coinvolge sotto lo stesso tetto?

«Senza dubbio apre la possibilità del confronto e quindi poter fare una scelta tra tante proposte in un solo colpo di occhio. Credo sia uno dei vantaggi del negozio fisico rispetto a quello virtuale. Poi avere la comodità di poter fare più di un acquisto e scegliere quello che più desideri. A questo poi si aggiunge l'idea di entrare in Rinascen anche solo per dare un'occhiata. A Milano è abitudine dire "faccio un giro in Rinascen". A mio parere (e lo ha fatto anche il nostro negoziante) è una delle ragioni che ha fatto sì che il negozio si trovasse nel pieno centro della città.

Quanto ha influito, in termini di successo, la collaborazione con artisti e famosi architetti che hanno contribuito alla creazione della sua immagine?

«Non siamo solo un negozio. Noi viviamo dell'immagine e della vita cittadina. Ecco perché ci avvaliamo di designer, architetti, artisti che studiano un messaggio visivo forte da veicolare. Oltre alle collaborazioni con i brand, noi siamo efficaci di quelle che accade in città. Specie a Milano, capitale della moda, del design e di continue manifestazioni. Ecco perché vogliamo essere presenti ovunque: che parliamo di quello che accade e che riflettiamo di appartenenti in corso.

Oggi una mostra a Palazzo Reale racconta la sua evoluzione. Che cosa potrà scoprire il pubblico in questo viaggio espositivo?

«È un percorso che si snoda attraverso le sale e che racconta la storia di Rinascen e della sua evoluzione da quando è nata fino ad oggi attraverso diversi contesti, sia fotografici che video. Nel nostro viaggio nella storia di Milano, in fondo, il nostro "piccolo grande magazzino" è stato ed è tuttora l'immagine della città in cui si trova. Ha contribuito alla nascita del Made in Italy, è stato motore di modernità trasformando diverse fasi cruciali della moda al design, dalla grafica alla comunicazione.

Qual è il segreto di un successo che dura da così tanti anni?

«Se non quello che lei, se stai attento alle esigenze del mercato, se hai passione e sei innovatore, non facendo nulla la tradizione allora hai successo. Questo nostro caso non è solo un tramonto di Rinascen, ma di un vero stile di vita che influenza l'Italia.

La mostra *Store of Rinascen* sarà aperta al pubblico dal 22 maggio fino al 22 settembre tutti i giorni. Per celebrare la sua inaugurazione, si è tenuto un party alla presenza di molti volti noti.





LR100 – RINASCENTE – STORIES OF INNOVATION

Il Comune di Milano | Cultura, Palazzo Reale e la Rinascente celebrano i 100 anni del nome della grande azienda milanese, con una mostra che racconta un secolo di storia del costume e della cultura di Milano e dell'Italia.

Palazzo Reale, Milano
dal 24 maggio al 24 settembre

DATA PUBBLICAZIONE: 23 MAY 2017



Quest'anno **la Rinascente** festeggia i 100 anni del suo nome, ideato da **Gabriele D'Annunzio** su commissione di **Senatore Borletti**, che acquistò i grandi **magazzini Bocconi** nel 1917, promuovendone la rinascita.

Cominciava così una **storia** fatta di **passione, talento** e capacità di **visione** tale da suscitare, a partire dai **primi del Novecento**, un impatto innovativo sui modelli di **consumo** e sull'evoluzione che portò **Milano** ad **affermarsi** come motore economico dell'Italia postunitaria.

Per celebrare l'evento, il **Comune di Milano | Cultura, Palazzo Reale** e la **Rinascente** hanno deciso di raccontare questa storia con una mostra nelle sale dell'**Appartamento del Principe** al piano nobile.

Attraverso un'eccezionale varietà e quantità di **opere d'arte, grafica, oggetti di design, immagini storiche** e **contributi inediti**, il pubblico potrà scoprire come la Rinascente abbia scritto **capitoli importanti** nella storia del costume, della **comunicazione** e della **grande distribuzione**.

Il progetto scientifico della mostra è curato da **Sandrina Bandera** e **Maria Canella**, storiche dell'arte, della società e del costume.

La produzione e il lavoro di ricerca sono curate da **Memoria & Progetto**, associazione culturale che ha selezionato, sotto il coordinamento di **Elena Puccinelli**, tutti i documenti, le fotografie, i materiali grafici e gli oggetti presenti in mostra.

La ricerca nasce dal portale **Rinascente Archives** dove è stato ricostruito in digitale l'archivio dell'azienda.

Il portale e la mostra vogliono, dunque, raccontare la storia della Rinascente attraverso l'inedito ritratto di un'impresa e dei suoi protagonisti, a partire da un **contesto** quale quello **milanese**, che **tra Otto e Novecento** assume un **ruolo chiave** a **livello internazionale** come capitale del commercio e della finanza, dell'editoria e della comunicazione, della moda e del design.

L'obiettivo è mettere in luce come **la Rinascente** sia stata **motore di modernità e innovazione**.

La mostra è stata articolata su un **percorso tematico** dedicato agli ambiti in cui l'azienda ha dimostrato una straordinaria capacità progettuale e realizzativa.

Concept and exhibition design a cura di **OMA/AMO**.

Fare una mostra sulla Rinascente non significa solo immergersi nella sua storia e nel suo archivio, ma significa soprattutto **immergersi nella storia di Milano**.

La mostra di Palazzo Reale è concepita come un **archivio vivente** che invita il fruitore a scoprire tutte le meraviglie che contiene attraverso una serie di diverse **esperienze visive, fisiche e multimediali**.

Undici stanze piene di sorprese dove **design, moda, società, arte** e **comunicazione** diventano protagonisti.

Non si tratta di un viaggio lineare, ma di un **collage** di **contributi, identità, persone** e **stimoli** differenti che, con la stessa varietà espositiva tipica dei grandi magazzini, raccontano come la Rinascente sia diventata l'**esempio per eccellenza** nel panorama dei **department store europei**.



Allestimento Mostra 'LR100 - Rinascente - Stories of Innovation' a Palazzo Reale di Milano. Foto di Lorenzo Palmieri

Rai News

Q Rai

CULTURA

SLIDESHOW ▶

FOTO 1 DI 5

In mostra '100 anni di Rinascente', un secolo di design

Grande spazio' dedicato agli artisti che furono determinanti nel creare il clima culturale dell'epoca

Condividi 0

Tweet

G+1 0

24 MAGGIO 2017

Una mostra che racconta '100 anni di Rinascente' come recita il titolo, e dunque, un secolo di storia di design, innovazione e cultura a Milano. Al via a Palazzo Reale dal 24 maggio fino al 24 settembre.

Si parla del 'nome' e non della nascita dell'azienda che e' ben piu' antica. Come e' stato spiegato in conferenza stampa a Milano, il nome "La Rinascente" fu ideato un secolo fa da Gabriele D'Annunzio su commissione di Senatore Borletti, che acquisto' i grandi magazzini Bocconi nel 1917, promuovendone la rinascita. Cominciava cosi' una storia fatta di passione, talento e capacita' di visione. La mostra e' articolata su un percorso tematico dedicato agli ambiti in cui l'azienda ha dimostrato una particolare capacita' progettuale e realizzativa: la storia della Rinascente dal 1865 ad oggi; Marcello Dudovich e la nascita della cartellonistica; cinema e video; cataloghi e house organ; la nuova comunicazione e la nuova grafica dagli anni Cinquanta in avanti; gli allestimenti e gli eventi; i nuovi consumi; Il costume e la moda con la rivoluzione del pret-a-porter. Grande spazio e' dedicato agli artisti che furono determinanti nel creare il clima culturale dell'epoca e ai giovani collaboratori che, grazie al laboratorio formativo della Rinascente, divennero protagonisti di nuovi fronti creativi, dalla moda al design, dalla grafica alla comunicazione, dalla gestione amministrativa alla produzione industriale.

Le idee rivoluzionarie dei movimenti artistici piu' importanti, come quelle di Gropius, Le Corbusier, Kandinsky, furono il background su cui nacquero dialoghi costruttivi con i grafici e i designer della Rinascente, che acquisirono un linguaggio nel quale si percepisce lo stretto rapporto con l'arte. Cio' spiega la presenza in mostra anche di opere di grande portata di artisti dell'epoca, quali Depero, Munari, Melotti, Fontana, Soldati, Ceroli, Rotella, Warhol, Pistoletto, Manzoni e altri ancora.

CULTURA

A PIEDI SULLE ACQUE DEL LAGO D'ISEO GRAZIE A CHRISTO

SCUOLA. DIARIO DIGITALE, CODING E SAFETY DAY: EVENTO GENERAZIONI CONNESSE

RAI E MIUR: PROMUOVERE ECCELLENZE SCUOLA, UTILIZZO PATRIMONIO AUDIOVISIVO PER DIDATTICA

I SALESIANI DI DON VITTORIO POZZO NEL PAESE DEI CEDRI

"ANNUNCIAZIONE", CONTESTATA L'ATTRIBUZIONE A LEONARDO DEL CAPOLAVERO CUSTODITO AGLI UFFIZI

CORRIERE DELLA SERA

SCOPRI C+

ACCEDI

ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER

f t g+ p

Living®

CASE

TENDENZE

ARREDAMENTO

CITY GUIDE

CATALOGO

SPECIALI

VIDEO

CERCA

Q

Tendenze / Extra

La Rinascente. Ieri, oggi, domani

Dal 24 maggio al 24 settembre Milano celebra un secolo di storia dei grandi magazzini più eleganti d'Italia 'battezzati' da Gabriele D'Annunzio

Redazione Living



SFOGLIA LA GALLERY

100 anni nel nome della Rinascente. Dal 24 maggio al 24 settembre Milano celebra un secolo di storia dei grandi magazzini più eleganti d'Italia. Una storia di costume, cultura e passione, raccontata nelle sale di Palazzo Reale con la mostra *LR100 — RINASCENTE · STORIES OF INNOVATION* (dal 24 maggio al 24 settembre). Esposti nell'Appartamento del Principe un'eccezionale varietà e quantità di opere d'arte, grafica, oggetti di design, immagini e contributi inediti. La mostra è stata articolata su un percorso tematico dedicato agli ambiti in cui l'azienda ha dimostrato una straordinaria capacità progettuale e realizzativa: **la storia della Rinascente dal 1865 ad oggi**; Marcello Dudovich e la nascita della cartellonistica; cinema e video; cataloghi e house organ; la nuova comunicazione e la nuova grafica dagli anni Cinquanta in avanti; gli allestimenti e gli eventi; i nuovi consumi; il costume e la moda con la rivoluzione del prêt-à-porter; il centro design Rinascente; **la nascita del Compasso d'oro** (1954-1964); lo scenario futuro. Grande spazio sarà dedicato agli artisti che furono determinanti nel creare il clima culturale dell'epoca e ai giovani collaboratori, che, grazie al laboratorio formativo della Rinascente, divennero protagonisti di nuovi fronti creativi, dalla moda al design, dalla grafica alla comunicazione, dalla gestione amministrativa alla produzione industriale. Le idee rivoluzionarie dei movimenti artistici più importanti, come quelle di Gropius, Le Corbusier, Kandinsky, furono il background su cui nacquero dialoghi costruttivi con i grafici e i designer della Rinascente, che acquisirono un linguaggio nel quale si percepisce lo stretto rapporto con l'arte. Ciò spiega la presenza in mostra anche di opere di grande portata di artisti dell'epoca, quali Depero, Munari, Melotti, Fontana, Soldati, Ceroli, Rotella, Warhol, Pistoletto, Manzoni e altri ancora. Il concept a cura di **OMA/AMO** è una sorta di archivio vivente che invita il fruitore a scoprire tutte le meraviglie che contiene attraverso una serie di diverse esperienze visive, fisiche e multimediali; undici stanze piene di sorprese dove design, moda, società, arte e comunicazione diventano protagonisti per festeggiare i 100 anni di quel nome, ideato da **Gabriele D'Annunzio** su commissione di Senatore Borletti, che acquistò i grandi magazzini Bocconi nel 1917, promuovendone la rinascita.

dove: Palazzo Reale, Piazza del Duomo, 12 Milano

quando: dal 24 maggio al 24 settembre



VEDIANCHE



ARREDAMENTO

35 ispirazioni per una
cucina a vista



TENDENZE

Le Notti Bianche



CONTENUTO PUBBLICITARIO

AXA Assicurazione Animali:
la Polizza da soli 25€/anno.

(AXA.IT)

Raccomandato da Outbrain

questo sito contribuisce alla audience di

MILANO L'ESCLUSIVA

MILANO L'ESCLUSIVA

Italia Oggi

MFFashion

Class Life

CCC

VENDERE ACQUINELLI

articoli, quotazioni, video...

Cerca

HOME | RANKINGS | COVERSTORY | SFILATE | INTERVISTE | RETAIL | STRATEGIE | FINANZA | CLASS TV MODA

MFF

fashion

FASHION E LUXURY MADE IN ITALY

23 MAGGIO 2017

ULTIMO NUMERO / TOP STORIES / FOTO COLLEZIONI

23 Maggio 2017

La Rinascente a 100 anni si regala un mega store a Roma

Una mostra a Palazzo Reale a Milano, in scena da domani fino al 24 settembre, ripercorrerà la storia del department store lombardo controllato da Crc-Central retail corporation, che nel 2016 ha realizzato ricavi per 350 milioni di euro. «Il 2017 sarà un anno fondamentale perché coinciderà con l'inaugurazione, in settembre, dello store di via del Tritone, costato in totale circa 200 milioni», ha spiegato Stefano Della Valle, cfo de la Rinascente e coo Europe di Crc.

di Chiara Bottoni

Like 17 | Tweet | +1 | 0 | Share | 0 | PinIt



Cento anni de la Rinascente. Cento anni di storia d'Italia, di evoluzione del costume e di innovazione, che si proiettano verso un futuro caratterizzato da grandi investimenti finalizzati a scrivere pagine altrettanto rosee. Quest'anno, il grande magazzino, o department store come è abitudine chiamarlo oggi, milanese celebra i cento anni del suo nome, ideato da Gabriele D'Annunzio su commissione di Senatore Borletti, che acquistò gli spazi allora Bocconi nel 1917, promuovendone la rinascita. Per celebrare l'evento, il Comune di Milano, Palazzo Reale e i vertici de la Rinascente, passata nel 2011 sotto l'ala del gruppo thailandese Crc-Central retail corporation, hanno promosso la mostra «IR100 - Rinascente Stories of innovation», che sarà visitabile nello storico palazzo milanese da domani fino al 24 settembre. Obiettivo dell'«exhibition», il cui progetto scientifico è stato curato da Sandrina Bandera e Maria Canella e il cui concept è affidato a OMA/AMO, sarà quella di mettere in luce come la Rinascente sia stata motore di modernità e innovazione, attraverso un percorso fatto di immagini, oggetti, eventi e persone che hanno segnato questi 100 anni di storia. Anni raccontati attraverso le parole del professore Franco Amatori, uno dei massimi conoscitori de la Rinascente, in un catalogo edito da Skira, che ha ripercorso l'evoluzione del department store anche dal punto di vista finanziario fino all'attuale gestione.

«Come negli anni Trenta, la Rinascente sembra aver trovato nel 2016 il giusto equilibrio fra una stabile proprietà, capace di assecondare nuove prospettive di investimento e sviluppo, un management con adeguate esperienze internazionali e una giusta strategia, che ha portato a scorporare i grandi magazzini da quello che storicamente era il suo gruppo», ha scritto Amatori sottolineando come, non a caso: «In occasione del Global department store summit 2016, organizzato a Zurigo da Igds-Intercontinental group of department stores, la Rinascente di Milano è stata giudicata the best department store in the world». Riconoscimento che fa onore all'attuale gestione, che si prepara a sfoderare altri assi nella manica. «Il 2017 sarà un anno fondamentale perché coinciderà con l'inaugurazione, prevista in settembre, dello store di via del Tritone a Roma. Uno spazio di 17.500 metri quadrati di superficie commerciale, costati un investimento di 200 milioni di euro, comprensivi dell'operazione immobiliare», ha poi spiegato a MFF Stefano Della Valle, cfo de la Rinascente e coo Europe di Crc-Central retail corporation. «Nel 2018, poi, porteremo a termine delle operazioni di rinnovamento degli store esistenti con due importanti sviluppi, costati complessivamente 30 milioni di euro: uno a Torino, dove raddoppieremo la superficie di vendita grazie all'occupazione di altri piani dell'edificio raggiungendo 7 mila metri quadrati di superficie commerciale, e uno a Firenze, store che sarà oggetto di una importante ristrutturazione». Punta di diamante dei dieci punti vendita italiani si conferma comunque Milano che, con i suoi 14 mila metri quadrati, ha realizzato nel 2016 350 milioni di euro di ricavi netti sui 515 milioni complessivi con vendite al metro quadrato per 20 mila euro. «Dati che portano il department store ai vertici dei principali competitor europei», ha precisato Della Valle, che dalla sua posizione ha un quadro privilegiato della situazione. Crc-Central retail corporation, colosso da 10 miliardi di dollari di turnover worldwide (circa 8,91 miliardi di euro al cambio di ieri), è infatti proprietario anche di Illum in Danimarca e di KaDeWe, in Germania, acquisiti rispettivamente nel 2013 e nel 2015. «Le sedi di questi department store sono oggetto di ristrutturazione sul modello di quanto fatto a Milano nell'ottica di creare una rete di negozi europei che rappresenti ciascuna città con formule su misura, con però un punto di riferimento comune», ha poi concluso il manager, precisando che: «Ogni anno i nostri negozi saranno caratterizzati da specifiche novità. A Milano, nonostante l'avvenuto completamento della ristrutturazione, apporteremo alcune modifiche, come l'introduzione del luxury ready to wear che occuperà il quarto piano insieme all'area delle calzature, che accoglierà brand in esclusiva come, per esempio, Christian Louboutin».

(riproduzione riservata)



Follow us

f t y i

Cerca nel sito

Cerca

Livestage

23/05/2017 11:21
H&M Foundation a sostegno di Istruzione ed emancipazione femminile.

23/05/2017 09:13
A Pvh la licenza per il menswear di Dkny

22/05/2017 20:41
Pull&Bear sbarca a Parigi

22/05/2017 18:25
Silmo Paris scalda i motori per la 50a edizione

22/05/2017 17:50
Forever 21, patto con Ggp per gli store beauty

PAMBIANCONews

Venerdì 12 Maggio 2017 - Testata fondata nel 2001

HOME NEWS CONVEGNI FOCUS LAVORO EDITORIALI TV MAGAZINE



La Rinascente in mostra a Palazzo Reale

11 MAGGIO 2017



Locandina della mostra 'R100. Rinascente. Stories of Innovation'

Palazzo Reale a Milano ospiterà una mostra dedicata a **La Rinascente**. La mostra 'R100. Rinascente. Stories of innovation', aperta al pubblico dal 24 maggio al 24 settembre, ospiterà opere d'arte, grafica, oggetti di design, immagini storiche e contributi inediti che legano la boutique alla storia del costume, della comunicazione e della grande distribuzione. Quest'anno il department store italiano festeggia i 100 anni del suo nome, ideato dallo scrittore **Gabriele D'Annunzio**.

Stampa

PAMBIANCO MAGAZINE N.7



IN QUESTO NUMERO:
STRATEGIE RETAIL MODA NEL PIATTO

LUSSO, INCHIODATA 2016
Analisi sui fatturati delle quotazioni

GRAPPA DA EXPORT
I bilanci dell'Italian spirit

DESIGN DI FAMIGLIA
Etro e Missoni, intervista doppia

PDF | SFOGLIA | IN EDICOLA | APP STORE | GOOGLE PLAY

EDITORIALE

DI DAVID PAMBIANCO

La svolta luxury di FCA che manda un segnale all'Italia

C'è qualcosa di importante nei numeri presentati nelle scorse settimane da Fca. Il balzo dei...



Vuoi ricevere la nostra newsletter? [iscriviti a PambiancoDaily](#)

SEZIONI
EDIZIONI LOCALI
CORRIERE TV
ARCHIVIO
TROVACASA
TROVAVOLANTO
SERVIZI
CERCA
SCRIVI

CORRIERE DELLA SERA
LETTORE_12687713
f
t
+
SCRIVI

vivi milano
IL MEGLIO SCELTO PER VOI

RISTORANTI/FOOD
NIGHTLIFE
ARTE/CULTURA
SPETTACOLI
SHOPPING
BAMBINI
MERCATINI
BENESSERE
PLAYLIST
QUARTIERI

Cerca tra 30.000 eventi e 5.000 indirizzi...
Quando...
Vicino a...
Cerca

La Rinascente: la mostra dei 100 anni

DI IDA BOZZI

MOSTRE E FOTOGRAFIA

CONTATTI

Palazzo Reale
piazza Reale 12
Centro Storico - Brera
0288445181

QUANDO

dal 24/05/2017 al 24/09/2017
Gusta date e orari

PREZZO

euro 8/6

Cent'anni fa, Gabriele d'Annunzio inventò il nome de "La Rinascente": un luogo che, in varie sedi nel centro di Milano fino a quella definitiva affacciata su piazza Duomo, diventò nel Novecento un simbolo innovativo dell'economia milanese e un terreno di nascita di nuovi modelli di consumo.

A palazzo Reale apre la mostra "La Rinascente 100 anni (1917-2017)" a cura di Sandrina Bandera e Maria Canella, da mercoledì 24 maggio al 24 settembre: un'esposizione che racconta - attraverso opere d'arte e grafica di Munari, Melotti, Fontana, Soldati, Ceroli, Rotella, Warhol, Pistoletto, Manzoni, oltre a oggetti di design, immagini storiche e proiezioni di spezzoni di film - la storia di questo "grande magazzino" che fu un atelier del Novecento, una fucina per la moda prêt-à-porter e un fronte dell'emancipazione femminile.

TAG [costume](#) | [incontri](#) | [la rinascente](#) | [milano](#) | [moda](#) | [mostra](#) | [società](#) |

PALAZZO REALE
piazza Reale 12, Milano
dal 24/05/17 al 24/09/17
di Martedì, Mercoledì, Venerdì, Domenica dalle 09:30 alle 19:30

dal 24/05/17 al 24/09/17
di Lunedì dalle 14:30 alle 19:30

dal 24/05/17 al 24/09/17
di Giovedì, Sabato dalle 09:30 alle 22:30

I PROSSIMI EVENTI A MILANO

17
18
19
20
21

MER
GIO
VEN
SAB
DOM

LE PLAYLIST DEGLI UTENTI

foto
LETTORE_3967256

Outlet bambini
DESCAIA

Da fare2
LETTORE_1315997

Le tue playlist

Crea la tua playlist

Scoprite tutte le vostre playlist

MILANO AL TOP FOOD & DRINK

100 Ristoranti

100 Pub & Cocktail

50 Breakfast & Brunch

25 Street Food

25 Low Cost

ViviMilano
58.086 "Mi piace"

Mi piace questa Pagina
Condividi

Di' che ti piace prima di tutti i tuoi amici

LE ULTIME DAL BLOG

MANGIARE A MILANO
di Valerio M. Vistotini

14 Maggio 2017

Di mia madre

SEGNALA ALLA

NETWORK

L'Espresso

la Repubblica

18 maggio 2017 - Aggiornato alle 13:49

LAVORO ANNUNCI ASTE

Accedi

R.it

Milano

Municipi: 1 2 3 4 5 6 7 8 9

AREA METROPOLITANA REGIONE

Cerca nel sito

METEORE

Home

Cronaca

Sport

Foto

Tempo libero

Annunci Locali

Cambia Edizione

Video

Milano municipio 1

Migranti: patto dell'accoglienza tra sindaco e Minniti

Milano: due mostre celebrano i 100 anni della Rinascente, i magazzini

Stato di Milano: c'è blitz degli studenti

Apple store a Milano: cresci e cadi in centro: un cù creativo per

141

Twitter

Google+

LinkedIn

YouTube

Milano: due mostre celebrano i 100 anni della Rinascente, i magazzini battezzati da D'Annunzio

La Rinascente

ARTICOLI DA SPIAGGIA E CAMPAGNA

Un manifesto di Marcello Dudovich per articoli da spiaggia e da campagna (1921)

Al Max Museo di Chiasso "La Rinascente. 100 anni di creatività d'impresa attraverso la grafica". A Palazzo Reale "Stories of Innovation"

di CHIARA GATTI

141

f

t

g

in

p

yt

Le donne degli anni Venti erano ninfe con abiti di chiffon, ritratte da splendidi disegnatrici in cronofotografie. Negli anni Cinquanta, le regine della casa vestivano gonne a ruota sul modello delle "fiancée d'America", incompiute però dai motivi razionalisti di una grafica tedesca. Le ragazze degli anni Settanta apparivano come creature selvagge avvolte in coperte a righe sulle spiagge riscaldate dal sole, sorridevano all'obiettivo di fotografi nei primi servizi all'aria aperta. Non alle pose rigide da catalogo. Si agli happening improvvisati fra la gente.

Ripercorrere la storia della Rinascente attraverso le immagini che hanno fatto epoca, poster, cataloghi, house organ, è un viaggio che offre varie chiavi di lettura. L'evoluzione della moda. Le conquiste sociali della donna. Le contaminazioni del gusto all'alba della globalizzazione quando i trend occidentali si mescolarono alle correnti esotiche. Ma, soprattutto, la genesi delle campagne pubblicitarie che veicolavano tutto questo fra i muri della città e le vetrine a cristalli curvi di corso Vittorio Emanuele.

Milano, la Rinascente compie 100 anni: le pubblicità d'artista che l'hanno resa grande

vendita speciale dal 22 maggio

per l'estate di tutti

la Rinascente

Condividi

1 di 21

A cento anni dalla nascita dei grandi magazzini più eleganti d'Italia, due mostre ne celebrano il mito. Al Max Museo di Chiasso "La Rinascente. 100 anni di creatività d'impresa attraverso la grafica". A Palazzo Reale "Stories of Innovation". Da un lato sfilano bozzetti, locandine, calendari e reportage. Dall'altro, opere d'arte, pezzi di design e documenti di un'avventura imprenditoriale che, all'indomani della Grande Guerra, forgiò quel culto del consumo destinato a toccare picchi assoluti con il boom economico. L'inizio della storia è noto. Nel 1917 il senatore Borletti, industriale lungimirante, acquistò il vecchio emporio Borcetti e chiese a D'Annunzio di coniare un nome luminoso e inebriante, un simbolo del progresso. Borletti conosceva l'importanza della comunicazione e investì tutto sull'immagine, chiamando creativi blasonati.

Nel primo manifesto di Achille Mauzan, un paggio porgeva le chiavi del regno dello shopping a una vestale dello stile. Si spalancò l'impero dei sensi. Marcello Dudovich puntò sul fascino delle sue femmine déco. Gino Boccasile tratteggiava guardaroba da villeggiatura. Mentre Gio Ponti studiava le linee di arredi moderni. Anche negli slogan si leggono indizi di ogni epoca: durante l'autarchia la grafia italianizzata dei tessuti di "rayon" sostituì l'inglese "rayon".

La lezione del Bauhaus vide poi il passaggio di testimone dal pittore al grafico, che varò retini tipografici, giochi di geometrie e un mix di caratteri, Bodoni e Futura. Tradizione e modernità insieme. La stampa d'arte fu rimpiazzata dall'offset. Mentre le vetrine erano affidate a Bruno Munari, Roberto Sanbonet, Albe Steiner, l'avanguardia del design, la comunicazione faceva capo a Max Huber (cui è intitolato il museo di Chiasso) che inventò il logotipo "R". Max era arrivato da Zurigo per lavorare allo Studio Boggeri, da cui passò anche Lora Lamm, anima gentile di carte per packaging e vignette geniali sull'emancipazione femminile. Nel periodo eroico della Rinascente approdarono nei suoi uffici pubblicitari anche giovani fotografi, come Toscani e Lbiszewski che sperimentò i famosi scatti con le luci di Wood, come nelle discoteche degli anni ottanta, facevano brillare i pizzichi bianchi macramé.

ULTIMORA LOMBARDIA

Le altre notizie

Milano, 12:31
M4, DOMENICA 21 MAGGIO "OPEN DAY" ALLA STAZIONE SUSA

Milano, 11:30
FERROVIE, PRINCIPIO INCENDIO CAA SU LINEA VOGHERA-MILANO: RITARDO CIRCOLAZIONE

CASE

MOTORI

LAVORO

ASTE

miojob

annunci, news e strumenti per chi cerca e offre lavoro

ARREDATORI
DORCI MOBILI cerca ARREDATORI per la Galleria Commerciale di Vigarano Mainarda (FE)...

CERCA UN LAVORO

Provincia
Milano

Area funzionale
-

Cerca

ASTE GIUDIZIARIE

Tribunale di Monza

Tribunale di Milano

Tribunale di Varese

330000

Vista gli immobili della Lombardia

TrovaRistorante

a Milano

Scegli una città
Milano

Scegli un tipo di locale
TUTTI

Inserisci parole chiave (facoltativo)

Cerca

NECROLOGIE

Per pubblicare un necrologio chiama il numero verde

Numero Verde

800 700800

ATTIVO DA LUNEDÌ A DOMENICA DALLE ORE 10 ALLE ORE 21

Ricerca necrologi pubblicati

la Repubblica **MILANO**

Milano, le vetrine diventano icone: look speciale in Rinascente per i 100 anni

f 19 t g+ in p t

► Slideshow 1 di 30 < >



(fotogramma)

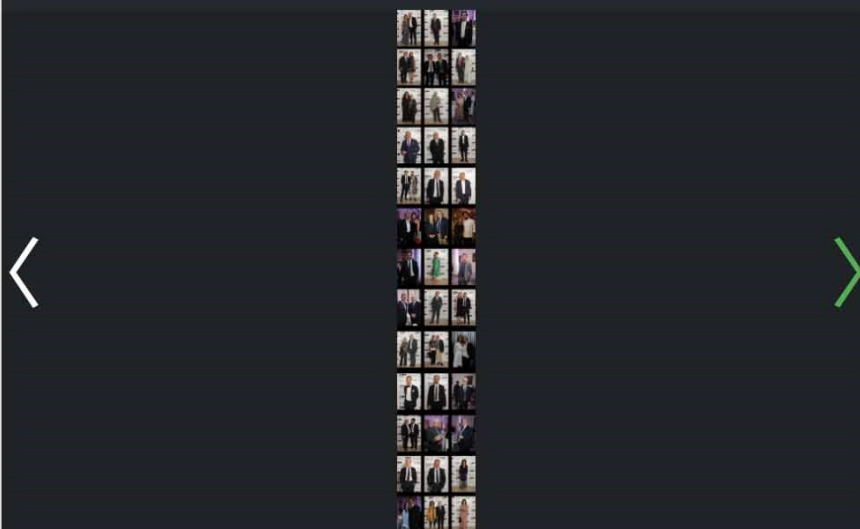
Non solo un grande magazzino, ma un motore di innovazione che, fin dalle sue origini, si è sempre caratterizzato come laboratorio dove sperimentare le novità. La Rinascente di Milano compie cento anni e le vetrine dello store di fronte al Duomo mostrano uno speciale allestimento che rende omaggio al primo secolo di vita. Contemporaneamente, a Palazzo Reale apre (ed è visitabile fino al 24 settembre) la mostra "Stories of Innovation", mentre al Max Museo di Chiasso è già in corso l'esposizione "La Rinascente. 100 anni di creatività d'impresa attraverso la grafica". [LEGGI L'ARTICOLO - I magazzini battezzati da D'Annunzio](#)

24 maggio 2017

Life

Le feste vip della settimana: "Annual Filmmakers Awards" 'per Paolo Sorrentino

E poi Noemi Campbell in Bulgari, **100 anni di Rinascente** e la mostra romana dedicata a 'Il Grande Gatsby'



7/13

Quest'anno la Rinascente festeggia i 100 anni del suo nome. Ideato da Gabriele D'Annunzio su commissione di Senatore Borletti, che acquistò i grandi magazzini Bocconi nel 1917, promuovendone la rinascita. Attraverso un'eccezionale varietà e quantità di opere d'arte, grafica, oggetti di design, immagini storiche e contributi inediti, il pubblico potrà scoprire come la Rinascente abbia scritto capitoli importanti nella storia del costume.
Credits: Karla Otto



25 maggio 2017

Panorama / Società / Life / Le feste vip della settimana: "Annual Filmmakers Awards" 'per Paolo Sorrentino

Ivan Rota

Il regista **Paolo Sorrentino** è stato insignito del prestigioso *Annual Filmmakers awards* consegnato ad Antibes da **Finch & Partners** e **Jaeger-LeCoultre** alla presenza di numerosi ospiti vip.

Roma, invece, è stata cornice della seconda edizione del *Bowie Black Stardust* evento che celebra la poetica e l'arte del **Duca Bianco**. Fino al primo giugno, poi, l'illustratore **Roberto Di Costanzo** rende omaggio a *Il Grande Gatsby* con una mostra dedicata al personaggio letterario e alla Roma degli anni '20.

Mostre, eventi (ricorrono i 100 anni dalla nascita del grande magazzino milanese *La Rinascente* con la fortunata scelta del nome voluto da **Gabriele D'Annunzio**) ma anche tanta moda al centro della settimana *glam*.

A Milano, alla **Fabbrica del Vapore**, **Carlo Pignatelli** ha presentato la sua collezione *Haute Couture 2018* mentre **Rocio Munos Morales** è stata premiata per il miglior abito da sposa firmato da **Alessandra Rinaudo Bridal Couture 2018**. Gioielli **Bulgari** per **Noemi Campbell** alla *gala charity Fashion for relief*.

© Riproduzione Riservata

HairClinic



Ricrescita dei capelli, con la rigenerazione cellulare è possibile

Aziende Top



Votate l'azienda italiana dove si lavora meglio

Panorama Academy



La scuola online che crea eccellenze

DVD in edicola



Warcraft - L'inizio di Duncan Jones

Top 10

Musei, perché il Tar del Lazio ha bocciato la riforma Franceschini

Strage di Manchester, il punto sulle indagini



GRAZIA

STAI LEGGENDO:

LIFESTYLE

Cosa fare a Milano nel weekend del 27 e 28 maggio



Cosa fare a Milano nel weekend del 27 e 28 maggio



CLAUDIA RICIFARI - 26 MAGGIO 2017



Musica, arte, street food e drink: dieci proposte per decidere cosa fare a Milano e (poco) fuori nell'ultimo weekend di maggio



L'ultimo weekend di maggio a Milano è ricco di appuntamenti.

La città si accende e si prepara ad accogliere l'estate, che sembra già arrivata sia per le temperature che per le iniziative in programma.

Tra festival musicali, sagre, aperitivi, party e street food non ci sarà spazio per la noia.

Salutate il divano e preparatevi per un fine settimana più che energico scegliendo il programma del weekend tra le cose da fare che vi segnaliamo.

Cosa fare a Milano dal 26 al 28 maggio



9 / 10 TUTTE LE FOTO

SHARE

FULLSCREEN

La Rinascente, cento anni — Fino al 24 settembre Palazzo Reale celebra il prestigioso anniversario degli storici grandi magazzini milanesi: un secolo da quando Gabriele D'Annunzio ideò il nome di quello che è diventato un megastore prestigioso, ma sempre familiare, testimone dei cambiamenti socioeconomici della città e in generale dell'Italia. Per questo è stata allestita una mostra che ripercorre questi cento anni, di moda, costume e design.



Cent'anni di Rinascente

La mostra "19100, Rinascente. Stories of Innovation" a Palazzo Reale, a Milano, dal 24 maggio al 24 settembre, racconta la storia di un'istituzione che ha cambiato la storia del costume (ma non solo) d'Italia

Un secolo di Rinascente a Milano. Fin il 1917, quando l'editore Il Mulino rilevò l'attività commerciale del negozio Rodolfo, che originò i grandi magazzini Rinascenti nel 1917, avvenne al Duomo, presentandosi la Rinascente. Conosciamo così la storia del business milanese, che contribuì all'affermazione della città italiana come nuovo crocevia d'Italia.

La mostra "19100, Rinascente. Stories of Innovation", a Palazzo Reale a Milano dal 24 maggio al 24 settembre, celebra questo anno. Attraverso una grande varietà di opere d'arte, grafica, oggetti di design, immagini storiche e materiali storici (il pubblico potrà vedere come la Rinascente abbia scritto capitoli importanti nella storia del costume, dalle commissioni e delle grandi distribuzioni. Tra le sue origini, infatti si conoscerà come l'ideatore, dove sperimentare le tecniche che generarono nel corso di tempo. Il risultato è visibile in un'aula, dove si conoscerà l'esperienza Rinascente, con la mano esperta negli archivi a pieno fiato, con anche la figura di valore di un'impresa moderna, un professore che si è trasferito nelle "le grandi storie della nostra società del costume, creando nuovi stili e archivi nel tempo, rivoluzionando l'immagine Rinascente e mondiale, situando la storia del nostro prodotto negli archivi di design, presentando Rinascente in Italia.



Immagini: dall'allestimento della mostra "19100, Rinascente. Stories of Innovation" a Palazzo Reale



La mostra, organizzata da Comune di Milano, Palazzo Reale e la Rinascente, raccoglie le opere dei suoi anni che hanno fatto la storia delle mode di Milano. Rinascente, l'istituzione che ha fatto la storia della moda italiana, è stata pubblicata nel 1910. Aderisce Rinascente, responsabile degli allestimenti e della grafica del 1910. Da quel momento, nella creazione di linee d'arredamento, ma anche Bruno Munari, Roberto Santovito, Mario Botta solo per citarne alcuni.



Immagini: dall'allestimento della mostra "19100, Rinascente. Stories of Innovation" a Palazzo Reale



Immagini: dall'allestimento della mostra "19100, Rinascente. Stories of Innovation" a Palazzo Reale



Immagini: dall'allestimento della mostra "19100, Rinascente. Stories of Innovation" a Palazzo Reale

Il progetto scientifico della mostra è curato da Susanna Bondonio e Maria Casella, anche all'area della sezione del costume. La produzione e il lavoro di ricerca sono curati da Susanna Bondonio, assistente culturale che ha curato, sotto la supervisione di Susanna Bondonio, tutti i documenti, le fotografie, i materiali grafici e gli oggetti presenti in mostra. La ricerca nasce dal progetto "Rinascente. Storia, arte e costume" documentato in digital e dell'archivio, anche attraverso la ricerca dei documenti sul suo sito, conservati negli archivi e nelle biblioteche. La struttura della Rinascente, in Italia, è un viaggio nella storia culturale, sociale e artistica del nostro Paese.

The collage is a vertical strip of various images and text snippets. At the top, there's a small header with the word "Alley" and a logo. Below that, there's a newspaper clipping with the headline "Le festival d'Albi, le quart du roi: la Renaissance rencontre le duo monté". The clipping includes a small photo of a building and some text. Below the clipping is a painting of a woman in a yellow dress, with the title "LA RINASCENTE" below it. To the right of the painting is a red and white graphic with the letters "R" and "R". Below the painting is a black and white photo of a crowd of people. To the right of the crowd photo is a black and white photo of a woman in a striped dress. At the bottom, there's a small photo of a building and some text.

il Giornale.it

milano

[Home](#)
[Politica](#)
[Mondo](#)
[Cronache](#)
[Blog](#)
[Economia](#)
[Sport](#)
[Cultura](#)
[Milano](#)
[LifeStyle](#)
[Speciali](#)
[Motori](#)
[Video](#)
[Cerca](#)

SOGNI DI DIVENTARE REPORTER?

CLOSED

Condividi:

Commenti:

0

I cent'anni della Rinascente Tutta l'arte del made in Italy

Grafica, design e foto storiche: la storia dei magazzini che hanno cambiato la grande distribuzione italiana

Simone Finotti - Mer, 24/05/2017 - 06:00

[commenta](#) [G+](#) 0 [Mi piace 3](#)

Simone Finotti

Il nome, come è noto, è denunziano. Fu il Vate, magistrale «copywriter» ante litteram - correva l'anno 1917-, a imprimere il suo inconfondibile marchio di vitalismo a un'iniziativa imprenditoriale pionieristica, quasi eroica per l'epoca, in senso commerciale ovviamente: realizzare un vero e proprio supermercato di alta fascia di abiti preconfezionati e, in seguito, prodotti per la casa.

E nome fu: il geniale d'Annunzio scelse «Rinascente» come nuovo brand per gli storici Magazzini Bocconi, nati nel 1865, acquistati da Senatore Borletti ma successivamente andati distrutti in un tragico incendio. Fu un ottimo augurio, perché da lì prese avvio la storia di una vera risurrezione, che da Milano arrivò in tutta Italia con filiali in ben 11 città della Penisola, una linea di mobili firmata Gio Ponti e campagne pubblicitarie di Marcello Dudovich. Oggi, a cento anni da allora, il Comune e la Rinascente celebrano il secolo del nome con una mostra a Palazzo Reale, da oggi al 24 settembre, che ripercorre un pezzo di storia del costume e della cultura di Milano e dell'Italia. Cento anni di impegno, passione, competenza, visione, talento e arte che hanno portato la Rinascente a diventare un simbolo del successo di una città che diventava motore indiscusso dell'economia italiana. Le sale dell'Appartamento del Principe, al piano nobile del palazzo, si animano di una straordinaria varietà di opere d'arte, grafica, oggetti di design, immagini storiche e contributi inediti, capitoli importanti nella storia del costume, della comunicazione e della grande distribuzione in Italia. Il percorso è tematico, e illumina sala dopo sala gli ambiti in cui l'azienda ha dimostrato la propria vocazione progettuale e realizzativa. Si parte dalla storia, con la vicenda della Rinascente dal 1865 ad oggi; si passa poi al forte legame del marchio con la pubblicità (Marcello Dudovich e la nascita della cartellonistica); senza dimenticare cinema e video, cataloghi e house organ, la nuova comunicazione e grafica dagli anni Cinquanta in poi, gli allestimenti e gli eventi, i nuovi consumi, il costume e la moda con la rivoluzione del prêt-à-porter, il centro design, la nascita del Compasso d'oro (1954-1964) e i futuri scenari. Ampio spazio è dedicato agli artisti che furono determinanti nel creare il clima culturale dell'epoca, dalla moda al design, dalla grafica alla comunicazione, dalla gestione amministrativa alla produzione industriale. Non è casuale la presenza di lavori di artisti come Depero, Munari, Melotti, Fontana, Soldati, Ceroli, Rotella, Warhol, Pistoletto, Manzoni.

Inserisci le chiavi di ricerca

Cerca

Info e Login

login

registrazione

edicola

Editoriali

Ci uccidono i figli

di Alessandro Sallusti

Commento

Twitter si scusi per l'Isis, non per Trump

di Francesco Maria Del Vigo

L'opinione

Il governo fa paura

Alessandro Bertinotti

Obiettivo finale: rovesciare...

Marcello Foa

Le menzogne a convenienza...

Andrea Pasini

il Giornale.it **milano**

Home Politica Mondo Cronache Blog Economia Sport Cultura Milano LifeStyle Speciali Motori Video Cerca



Condividi:
Facebook
Twitter
Google+

Commenti:
0

Mongolfiere, parchi, festival Istruzioni per il ponte in città

Musei tutti aperti, mostre da vedere e cinema sui tetti Alla Fabbrica del Vapore tre giorni di "design digitale"

Francesca Amé - Gio, 01/06/2017 - 09:57

commenta

G+ 0

Mi piace 4

Musei aperti per tutti i gusti, cinema in «luoghi speciali» e festival in giro per la città: non si può dire che a Milano ci siano poche cose da fare, durante il ponte del 2 giugno.



Abbiamo preparato un piccolo vademecum del «divertimento intelligente», da gustarsi da soli, in coppia, con gli amici o in famiglia.

DALLA TRIENNALE AL PAC

Musei «aperti per ponte» a Milano, dalle 9.30 alle 19.30. Può essere l'occasione giusta per gustarsi il nuovo allestimento museale del «Museo delle Arti Decorative» del Castello Sforzesco, giusto accanto alla nuova caffetteria, oppure per ammirare la Pietà di Michelangelo (necessaria la prenotazione su ticketone.it) e poi farsi un giro al Parco Sempione, che è giusto lì accanto. Se lo percorrete tutto, uscendo verso viale Alemagna, vi trovate alla Triennale: tante le mostre in corso. Merita il nuovo allestimento del Design Museum: «Giro Giro Tondo. Design for children» (venerdì alle 11.30, sabato e domenica alle 15.30, visita guidata speciale per famiglie alle 11.30, 5 euro, prenotarsi a visiteguidate@triennale.org). Se siete amanti dell'arte contemporanea, sabato 3 giugno (ore 16.30, 5 euro con prenotazione consigliata), visita guidata alla grande mostra «La terra inquieta», un progetto di Massimiliano Gioni per la Fondazione Trussardi, in cui si riflette sui rapporti tra arte e il suo posto (e il suo sguardo) sul mondo e le sue contraddizioni. Rimaniamo sul contemporaneo: mancano due settimane alla chiusura della mostra di Keith Haring, il genio della street-art: la ospita Palazzo Reale ed è davvero ben fatta, grazie alla collaborazione con la Keith Haring Foundation. Pochi giorni (chiude il 4 giugno) per ammirare invece le fotografie di Santiago Sierra: bisogna andare al Pac di via Palestro e tenersi pronti perché alcune immagini sono veri e propri pugni nello stomaco. Più distensivo e armonico invece il percorso nella vicina Gam, che mette in mostra i pezzi più belli dei suoi depositi («100 anni di scultura», dalle 9 alle 17.30). Raffinata e anche benefica l'esposizione dei Bagatti Valsecchi: per la regia di Vittorio Sgarbi, «Ritorno a Cola dell'Amatrice» propone nella sede di via del Gesù (13.17-45), le opere della Pinacoteca Civica di Ascoli Piceno, collegando alla mostra una campagna fondi con la Regione Lombardia per promuovere le opere provenienti dalle zone terremotate e sostenere il restauro di quelle che ne necessitano. Più leggerezza a Palazzo Reale, con le celebrazioni del centenario della **Rinascita** in una mostra che racconta quanto il primo megastore italiano abbia inciso sui nostri gusti («LR100. Rinascita») ed è l'ultimo mese (chiude il 2 luglio) anche per vedere «Manet e la Parigi Moderna».

IN VOLO NELL' AREA EXPO

Almeno due gli appuntamenti del ponte. Per il «Festival del volo» bisogna andare a Rho, nell'ex area Expo, ora ribattezzata Experience dove dal 2 al 4 giugno si potrà fare di tutto tra droni, mongolfiere, simulatori di volo. Tantissime le attività in agenda, tra cui laboratori per i più piccoli e una mostra sull'aerostatica (ovviamente: street-food di rigore, tutto il programma su www.festivaldellovol.it). Per chi vuole invece approfittare dei giorni di vacanza per la sua formazione, il posto giusto è la Fabbrica del Vapore: da oggi fino al 3 giugno è «Digital Design Days» (info, costi e programma qui: www.ddd.it): conferenze, installazioni, attività di networking (e anche sezioni a pagamento con guru del settore) per un grande festival della cultura digitale.

BAMBINI

Oltre al percorso al Design Museum, che ben si presta per il pubblico degli under 16, anche il Museo della Scienza e della Tecnologia può essere un'ottima alternativa in famiglia per i giorni del ponte. Oltre alla collezione permanente, si possono vedere «Transformers Art», con le 8 sculture metalliche di Danilo Baletic realizzate con materiale di recupero, «100 volte in Giro» (dedicata alle bici e al Giro d'Italia) e la bella mostra fotografica (raccomandata specialmente per le bambine «Space Girls, Space Women») oltre ai tanti laboratori prenotabili su www.museoscienza.org.

SERATE HIGHLINE

Se sulla Highline Galleria proseguono le proiezioni «Film sui tetti» (ore 21, costo del biglietto: 12 euro, consultare il sito www.highlinegalleria.com/cinema.html perché i posti sono limitati), lo Spazio Oberdan offre un piatto succulento per cinefili: «Aki Kaurismäki in 35 mm», dedicata al regista finlandese: venerdì 2 giugno proiezione del cult «Leningrad Cowboys go America» del 1989 (ore 19, 7,50 euro).

Inserisci le chiavi di ricerca

Cerca

Info e Login

login

registrazione

editore

Editoriali

Da Napolitano a Saviano tutti i "complici" di Fini
di Alessandro Sallusti



L'opinione



Anche l'Europa nel piano per...
Marcello Foa



Lo IUS SOLI e la grande...
Antonio Angelini



Immigrati serviti e riveriti...
Michel Dessi



Pedofilo
Alessandro Bertinotti



William Congdon, Pentecoste 4
PiccoleNote



Aboliamo il voto degli...
Carlo Franza



L'analisi sul mercato al...
Pierluigi Bonora



Meloni? ONG per arrampicatori...
Nino Spiri

IL GIORNO / Milano / Cultura

CULTURA

La Rinascente, una mostra celebra 100 anni di design

A Palazzo Reale mostra per il secolo di attività dello storico nome ideato da D'Annunzio

Ultimo aggiornamento: 23 maggio 2017



La Rinascente

3 min



Milano, 23 maggio 2017 - Al via a Palazzo Reale, da domani fino al 24 settembre, la mostra sui "100 anni di Rinascente", un secolo di storia di design, innovazione e cultura a Milano. A celebrare i 100 anni del nome della storica azienda milanese, sono il Comune di Milano, Palazzo Reale e la Rinascente. Il nome "La Rinascente" fu ideato un secolo fa (mentre l'azienda è più antica) da Gabriele D'Annunzio su commissione di Senatore Borletti, che acquistò i grandi magazzini Bocconi nel 1917, promuovendone la rinascita. Cominciava così una storia fatta di passione, talento e capacità di visione.

La mostra è articolata su un percorso tematico dedicato agli ambiti in cui l'azienda ha dimostrato una particolare capacità progettuale e realizzativa: la storia della Rinascente dal 1865 ad oggi; Marcello Dudovich e la nascita della cartellonistica; cinema e video; cataloghi e house organ; la nuova comunicazione e la nuova grafica dagli anni Cinquanta in avanti; gli allestimenti e gli eventi; i nuovi consumi; il costume e la moda con la rivoluzione del pret-à-porter; il centro design Rinascente; la nascita del Compasso d'oro (1954-1964); lo scenario futuro. Non si tratta di un viaggio lineare, ma di un collage di contributi, identità, persone e stimoli differenti. Grande spazio è dedicato agli artisti che furono determinanti nel creare il clima culturale dell'epoca e ai giovani collaboratori che, grazie al laboratorio formativo della Rinascente, divennero protagonisti di nuovi fronti creativi, dalla moda al design, dalla grafica alla comunicazione, dalla gestione amministrativa alla produzione industriale.

Le idee rivoluzionarie dei movimenti artistici più importanti, come quelle di Gropius, Le Corbusier, Kandinsky, furono il background su cui nacquero dialoghi costruttivi con i grafici e i designer della Rinascente, che acquisirono un linguaggio nel quale si percepisce lo stretto rapporto con l'arte. Ciò spiega la presenza in mostra anche di opere di grande portata di artisti dell'epoca, quali Depero, Munari, Melotti, Fontana, Soldati, Ceroli, Rotella, Warhol, Pistoletto, Manzoni e altri ancora.

POTREBBE INTERESSARTI ANCHE



CULTURA
"Il Festival, impegno per la Scienza Medica"



CULTURA
'Pilota (abusivo)', come volare per 13 anni senza brevetto



CULTURA
Caccia al Libro al Salone di Torino 2017

POTREBBE INTERESSARTI ANCHE



CULTURA
Aprire in Svezia il Museo dei Fallimenti



CULTURA
Gustloff, il naufragio dimenticato



CULTURA
Il ritorno dei Malaussène di Daniel Pennac


[Home](#) | [Chi siamo](#) | [Sfilate](#) | [Fiere](#) | [Newsletter](#) | [Contatti](#) | [Mediakit](#) |

[f](#) [t](#) [g+](#) [p](#) [i](#) [v](#) | [ENG](#) [Q](#)


COLLEZIONI
UOMO
INTERNATIONAL FASHION MAGAZINE


[NEWS](#) | [LIFESTYLE](#) | [EDITOR'S PICK](#) | [EDITORIALS](#) | [ACCESSORIES](#) | [EVENTS](#) | [VIDEO](#) | [SFILATE](#)
[Home](#) / [UOMO](#) / [Events](#) / 'LR100 — Rinascente: Stories Of Innovation'

'LR100 — Rinascente: Stories Of Innovation'

 Share [f](#) [g+](#) [t](#) [p](#)

In programma a Palazzo Reale, dal 24 maggio al 24 settembre 2017, la storia centenaria del grande magazzino milanese titolato il 'Miglior Department Store al Mondo', laboratorio visionario nel costume italiano e internazionale.



Curata dalle storiche dell'arte e del costume Sandrina Bandera e Maria Canella, con la produzione di Memoria & Progetto, la mostra parla di immagini, oggetti, eventi, artisti e persone, di questa prestigiosa collezione di negozi, con il meglio di moda, accessori, bellezza, casa, design e food che annovera undici store in Italia, uno a Copenhagen ed una prossima apertura a Roma, in via del Tritone, prevista a settembre 2017.

'LR100 — RINASCENTE - Stories of Innovation'

Palazzo Reale - Piazza Duomo, 12 Milano

24 maggio 2017 - 24 settembre 2017

aperta tutti i giorni

Infoline 02.928.003.75

www.palazzorealemilano.it

www.rinascente.it



Copyright 2017, RCS MediaGroup S.p.A. - Via Biancamano 3, 10121 Milano (I) - PIVA n. 12066140151

COSE
di
CASA.com

Cerca

Cerca

LEIMA

[CASE](#)
[RISTRUTTURARE](#)
[ARREDAMENTO](#)
[CUCINA](#)
[BAGNO](#)
[ELETTRODOMESTICI](#)
[FAI DA TE](#)
[CASA IN FIORE](#)
[NORMATIVA E LEGGE](#)
[L'ESPERTO RISPONDE](#)
[SPECIALI](#)

La Rinascente celebra 100 anni del suo nome con una mostra a Palazzo Reale

Per celebrare i 100 anni del suo nome, la Rinascente inaugura una mostra a Palazzo Reale a Milano dal 24 maggio al 24 settembre, un archivio multimediale, un collage di contributi che racconta come lo store meneghino sia diventato un importante player a livello europeo.

08/05/2017

[f Condividi 18](#)
[t Tweet](#)
[G+1](#)
[Pin it](#)
[in Condividi](#)
[t Post](#)


Era il 1917, e il poeta e scrittore Gabriele D'Annunzio su commissione di Senatore Borletti (che acquistò i grandi magazzini Bocconi) ideò il nome Rinascente. Quest'anno la Rinascente festeggia i 100 anni del proprio nome e per celebrare l'evento verrà allestita dal 24 maggio al 24 settembre 2017 una mostra promossa e prodotta dal Comune di Milano Cultura e Palazzo Reale, nelle sale dell'Appartamento del Principe del piano nobile.

La mostra, concepita come un **archivio multimediale**, un collage di contributi e stili diversi si articola in dieci stanze dove design, moda, arte e comunicazione diventano protagonisti e ognuna è impegnata a raccontare una spessa particolare della storia della Rinascente attraverso le persone che l'hanno scritta.

Obiettivo della mostra è mettere in luce come la Rinascente sia stata motore di modernità, articolandosi su un percorso tematico dedicato agli ambiti in cui l'azienda ha dimostrato una straordinaria capacità progettuale: La storia della Rinascente dal 1865 ad oggi; Marcello Dudovich e la nascita della cartellonistica; Cinema e video; Cataloghi, house organ; La nuova comunicazione e la nuova grafica (1950-1970); Gli allestimenti e gli eventi; I nuovi consumi; Moda: la rivoluzione prêt-à-porter; Il Centro Design Rinascente; La nascita del Compasso d'Oro (1954-1964); Lo scenario del futuro.

Il pubblico potrà così scoprire come la Rinascente abbia scritto capitoli importanti nella storia del costume, caratterizzandosi come il laboratorio dove sperimentare le novità provenienti dal resto d'Europa. Il modello di vendita innovativo, derivato dalle iniziali esperienze francesi, con la merce esposta negli scaffali a prezzo fisso, fu la chiave di volta di una nuova economia e al tempo stesso produsse decisivi cambiamenti nella vita quotidiana della società, creando nuovi miti e archetipi nel gusto, nell'immagine femminile e maschile, e stimolando la nascita dei sistemi produttivi legati alla moda e al design, pilastri fondanti del Made in Italy. Ampio spazio è dedicato ai collaboratori illustri che, grazie al laboratorio formativo de La Rinascente, divennero protagonisti di nuovi fronti creativi, dalla moda al design, dalla grafica alla comunicazione. Presenti in mostra anche opere di grande portata di artisti dell'epoca, quali De Piero, Munari, Melotti, Fontana, Soldati, Ceroli, Rotella, Warhol, Pistoletto, Manzoni e altri ancora.

In sintesi:

- **Dove:** Milano, Palazzo Reale
- **Quando:** Dal 24 maggio al 24 settembre. Orari: lunedì dalle 14:30 alle 19:30; martedì, mercoledì, venerdì e domenica dalle 9:30 alle 19:30; giovedì e sabato dalle 9:30 alle 22:30.
- **Info:** Biglietti: 8 euro, ridotto 6 euro; palazzorealemilano.it; www.rinascente.it

Case



50 mq con soluzioni d'arredo salvaspazio



Loft: una casa sottotetto a doppia altezza

Vedi tutti gli articoli di case

Iscriviti alla newsletter

Iscriviti alla nostra newsletter. Riceverai una volta alla settimana una mail con i più significativi articoli del nostro sito divisi per categoria.

In edicola



In primo piano



MATERASSI BULTEX
Una scelta di puro benessere per i tuoi momenti di riposo.



Desivero.
Il mondo che desideri a portata di mano.

The post [LE120 - Rinascimento - Stories of innovation](#) appeared first on [Interni Magazine](#).

IT

CONTACT SIGN IN REGISTER f

LAMPOON

THE FASHIONABLE

Home Editorial Video News Beauty Lifestyle E-Store

2 GIUGNO 2017 AT 11:00 / NEWS

Search...

LA RINASCENTE IN MOSTRA A PALAZZO REALE



GIANNI CARLO OTTELLI LA RINASCENTE GRANDI MANIFESTAZIONI IL GIAPPONE 1956 - PH. SERGE LIEBOWITZ



Text Angelo Ruggeri.

Cento anni di *La Rinascente*. Cento anni di storia d'Italia, di evoluzione del costume, di emozioni, di stile, di cultura, di ricordi e d'innovazione, che si proiettano verso un futuro caratterizzato da grandi investimenti finalizzati a scrivere pagine senza dubbio indimenticabili. Il famoso department store milanese celebra i cento anni del suo nome, il quale fu ideato da Gabriele D'Annunzio su commissione del Senatore Borletti, che acquistò gli spazi allora Bocconi nel 1917, promuovendone la rinascita.

Per celebrare l'evento, il Comune di Milano, Palazzo Reale e i vertici de La Rinascente presentano la mostra *LRI00 - Rinascente. Stories of Innovation*, che sarà visitabile presso lo storico palazzo milanese in piazza Duomo (nelle sale dell'Appartamento del Principe al piano nobile) fino al prossimo 24 settembre. Obiettivo dell'edubition, il cui progetto scientifico è stato curato da Sandrina Bandera e Maria Canella e il cui concept è stato affidato allo studio OMA/AMO, sarà quello di mettere in luce come La Rinascente sia stata motore di modernità e innovazione, attraverso un percorso fatto di immagini, oggetti, eventi e persone che hanno segnato questi 100 anni di storia, raccontati attraverso le parole del professore Franco Amatori, uno dei massimi conoscitori del grande magazzino, in un catalogo edito da Skira, che ha ripercorso l'evoluzione del department store anche dal punto di vista finanziario.

Sin dalle sue origini, infatti, La Rinascente si caratterizzò come un vero e proprio laboratorio dove sperimentare le novità che provenivano dal resto d'Europa. Il modello di vendita innovativo, derivato dalle iniziali esperienze francesi, con la merce esposta negli scaffali a prezzo fisso, non solo fu la chiave di volta di un'economia moderna, ma produsse decisivi cambiamenti nella vita quotidiana della società, creando nuovi miti e archetipi nel gusto, rivoluzionando l'immagine femminile e maschile, e stimolando la nascita dei sistemi produttivi legati alla moda e al design, pilastri fondanti del Made in Italy.

Images courtesy of La Rinascente press office
www.rinascente.it - @larinascente

Tag: angelo ruggeri, la rinascente, la rinascente 100, la rinascente cento anni

« Mongiardino

L'arte di far fiorire la moda »

POSH



FASHION BEAUTY LIFESTYLE TOYS SOCIETY

LIFESTYLE, ON TREND

A MILANO UNA MOSTRA PER I 100 ANNI DE LA RINASCENTE, FRA COSTUME E CULTURA

25 MAGGIO 2017 by ANTONELLA TERZO



Un nome inconfondibile che parla di Milano: quello de **La Rinascente**.

Insegna dello **shopping internazionale** e del **made in Italy** più pregiato che, nel cuore del capoluogo lombardo ha saputo esportare e valorizzare uno stile. Per il centenario dell'apertura del negozio più noto della città meneghina, **Palazzo Reale** ospiterà un'esposizione nelle sale dell'Appartamento del Principe al piano nobile fino al 24 settembre 2017.

Voluta anche dal Comune di Milano, l'iniziativa sarà l'occasione per scoprire attraverso opere d'arte, grafica, oggetti di design, immagini storiche e contributi inediti, come un simile shop multinarca sia entrato a far parte del costume, della moda, della società per un secolo ormai, da quando lo stesso **Gabriele D'Annunzio** suggerì il nome su commissione di **Senatore Borletti** quando furono acquisiti e ristrutturati gli ex-magazzini **Bocconi**, rilanciato poi in campagne pubblicitarie che divennero simbolo del nuovo benessere, dopo il periodo post bellico italiano.

Nuovi gusti, nuove eccellenze, nuovi brand e la storia del magazzino di piazza Duomo che s'intersecava con quella di altre piccole, grandi aziende fornitrici. Tra la piazza, la Galleria e la Scala, un contesto in fermento che ne favorì il prestigio in quello che allora come oggi resta uno dei Salotti della città.

Con l'occasione della mostra, curata da **Sandrina Bandera** e **Maria Canella** - storiche dell'arte, della società e del costume - l'idea anche di un **percorso digitale** attraverso la storia de **La Rinascente**, nel portale che valorizza il lavoro di ricerca e la grande influenza di una delle imprese-simbolo del cuore commerciale e trendy di sempre.



POSH N° 72



POSH N° 72



DONNA
MODERNA

CASAfacile.it



Seguici

PROGETTARE | ARREDARE | DECORARE & FARE DA TE | ORDINE E ORGANIZZAZIONE | GUIDA ALL'ACQUISTO | VERDE | **NOTIZIE** | EVENTI E CONCORDI

Casa Facile / Notizie

NOTIZIE

100 anni di Rinascente a Palazzo Reale

Dal 24 maggio e per tutta l'estate, una mostra a Milano celebra i più famosi grandi magazzini italiani



1 / 8

LR100 - Rinascente, Stories of Innovation, Palazzo Reale 24 maggio - 24 settembre 2017

TAG:
mostra,
eventi

SHARE



eventi

SHARE



La Rinascente festeggia i 100 anni del suo nome, ideato da Gabriele D'Annunzio nel 1917, con una mostra a Palazzo Reale a Milano: **una selezione di opere d'arte, grafica, oggetti di design, immagini storiche e contributi inediti**, che raccontano la sua storia e spiegano il suo ruolo nella storia del costume, della comunicazione e della grande distribuzione.

Il progetto di quella che poi sarà battezzata "La Rinascente" nasce a Milano tra Otto e Novecento, in un momento in cui la città assume un ruolo chiave a livello internazionale come capitale del commercio e della finanza, dell'editoria e della comunicazione, della moda e del design, e sperimenta fin dall'inizio un modello di vendita innovativo, ispirato a quelli parigini, con la merce esposta negli scaffali a prezzo fisso. Un nuovo sistema che rivoluziona anche la vita quotidiana dei nuovi consumatori, creando nuovi modelli dell'immagine femminile e maschile e stimolando la nascita dei sistemi produttivi legati alla moda e al design, pilastri fondanti del Made in Italy.

La produzione e il lavoro di ricerca sono curate da Memoria & Progetto, associazione culturale che ha selezionato i documenti, le fotografie, i materiali grafici e gli oggetti presenti in mostra. La ricerca nasce dal portale **Rinascente Archives**, attraverso la ricerca e la selezione, la riproduzione e la valorizzazione delle immagini e dei documenti relativi alla storia dell'azienda, conservati negli archivi e nelle biblioteche locali e nazionali.

La mostra è stata articolata su un **percorso tematico dedicato agli ambiti in cui l'azienda ha dimostrato una straordinaria capacità progettuale e realizzativa**: la storia della Rinascente dal 1865 ad oggi; Marcello Dudovich e la nascita della cartellonistica; cinema e video; cataloghi e house organ; la nuova comunicazione e la nuova grafica dagli anni Cinquanta in avanti; gli allestimenti e gli eventi; i nuovi consumi; il costume e la moda con la rivoluzione del prêt-à-porter; il centro design Rinascente; la nascita del Compasso d'oro (1954-1964); lo scenario futuro.

Un'attenzione particolare è dedicata agli **artisti** che collaborarono con l'azienda o che semplicemente ispirarono il lavoro dei grafici e dei designer, e che furono determinanti nel creare il clima culturale dell'epoca, a partire da Gropius, Le Corbusier, Kandinsky, fino ad arrivare a Depero, Munari, Melotti, Fontana, Soldati, Ceroli, Rotella, Warhol, Pistoletto, Manzoni.

Testi

Paola Tartaglino - wemakeapair.com

ABBONATI | MAGAZINE | BLOG DEL DIRETTORE

© I PIÙ LETTI



Condizionatore senza unità esterna e fisso a parete: scegli così

[Leggi >](#)

La cabina armadio: 10 progetti a seconda della tua camera

[Leggi >](#)

Il terrazzino diventa soggiorno con grandi finestre

[Leggi >](#)

CERCHI? UN PROFESSIONISTA?



UNA STYLIST

UN ARCHITETTO

PARTECIPA AL CASTING
di CasaFacile!

SEI STYLIST?

SEI ARCHITETTO?

CERCHI? UN PROFESSIONISTA?



UNA STYLIST

UN ARCHITETTO

PARTECIPA AL CASTING
di CasaFacile!

SEI STYLIST?

SEI ARCHITETTO?



Moda e Design

LA RINASCENTE COMPIE 100 ANNI

Una mostra a Palazzo Reale celebra l'anniversario. Negli ultimi dieci anni il gruppo ha aumentato di 4 volte il giro d'affari.

di REDAZIONE | 03/05/2017

Quest'anno La Rinascente festeggia i 100 anni del suo nome, che è stato appositamente ideato per lei da Gabriele D'Annunzio. Un compleanno importante celebrato attraverso una grande mostra a Palazzo Reale che sarà inaugurata il 24 maggio e durerà fino al 24 settembre.

Nonostante la crisi economica e dei consumi e la concorrenza arrivata dal crescente affermarsi dell'e-commerce, il department store più famoso d'Italia è cresciuto molto negli ultimi anni e può vantare addirittura «un ebitda dell'8 per cento e una resa media di per metro quadrato di oltre 20.000 euro, un record europeo» come ha affermato in una recente intervista al *Sole 24 Ore* Stefano Della Valle, ceo per l'Europa di Central Retail Corporation, il gruppo thailandese che dal 2011 ha rilevato l'intero controllo de La Rinascente.

Nel 2005 - Central Retail Corporation, un gigante che oggi vanta un giro d'affari di 9,2 miliardi di euro, era entrato nell'azionariato nel 2005 insieme a un gruppo di fondi di private equity, in seguito usciti - il fatturato de La Rinascente era di 130 milioni di euro. In dieci anni quella cifra è aumentata di ben 4 volte. Nel 2016 i 10 negozi italiani della catena - tra cui Roma, Firenze, Cagliari, Catania e Torino - hanno generato un giro d'affari pari a 520 milioni, di cui 350 milioni sono da ascrivere al grande magazzino di piazza Duomo, a Milano: una meta prediletta per lo shopping in città con una media di 13mila ingressi giornalieri che diventano oltre 50mila nel fine settimana per oltre 10 milioni di visitatori l'anno.



La progressiva solidità economica del gruppo ha consentito anche di portare a termine importanti operazioni di shopping. Nel 2013 ha rilevato il gruppo danese Illum e nel giugno 2015 ha acquisito il 50 per cento dei grandi magazzini tedeschi KaDeWe.

Gli obiettivi per il futuro sono chiari. «Da semplice catena vogliamo diventare una "collezione" di department store: ogni città merita una formula su misura», afferma Della Valle, convinto che «chi compra un rossetto da 15 euro meriti lo stesso trattamento di chi acquista una borsa di coccodrillo da 10mila».

ARTICOLI PIÙ LETTI

- L'autunno di Grillo
- Grillo sul carro di Tespi
- Alitalia, un crack annunciato
- Il missile bagnato
- Questo strano popolo del sì

ARTICOLI CORRELATI

- Arket, nuovo brand di H&M
- Così la moda ruba la scena al design
- Boom per il makeup
- Geox punta sullo stile
- Stefanel, cinque anni per il rilancio
- Calzedonia prepara lo sbarco in Cin...
- Zalando cresce a doppia cifra
- Furla si rafforza in Australia
- Arnault sale al 100% di Dior
- Risultati stellari per Gucci
- Cina e pelletteria spingono Hermès
- Tempo di Cruise Collection
- Negli Usa Adidas batte Nike
- Moda / Il 2017 parte bene
- Coach rileva Kate Spade
- Il lusso torna a correre
- Abercrombie verso la cessione

Mercoledì 24 Maggio 2017

Mi piace 100 mila Segui @Affaritaliani RSS

ACCEDI FULLSCREEN CERCA

METEO OROSCOPO GIOCHI SHOPPING CASA

affaritaliani.it 21 ANNI

Il primo quotidiano digitale, dal 1996

Fondatore e direttore
Angelo Maria Perrino

POLITICA	ESTERI	ECONOMIA	CRONACHE	CULTURE	COSTUME	SPETTACOLI	SPORT	MILANO	ROMA	
PALAZZI & POTERE	LAVORO	MARKETING	MEDIATECH	FOOD	SALUTE	MOTORI	VIAGGI	FOTO	aiTV	

Home > MilanoItalia > Palazzo Reale, mostra sui "100 anni di Rinascente"



Mercoledì, 24 maggio 2017 - 08:40:00

Palazzo Reale, mostra sui "100 anni di Rinascente"

Visitabile sino al 24 settembre a Palazzo Reale di Milano una mostra dedicata ai cento anni della Rinascente. Dal "battesimo" di D'Annunzio ad oggi



Una mostra che racconta '100 anni di Rinascente' come recita il titolo, e dunque, un secolo di storia di design, innovazione e cultura a Milano. Al via a Palazzo Reale da mercoledì 24 maggio fino al 24 settembre. A celebrare i 100 anni del nome della grande azienda milanese, sono il Comune di Milano, Palazzo Reale e la Rinascente. Si parla del 'nome' e non della nascita dell'azienda che è ben più antica. Come è stato spiegato oggi in conferenza stampa a Milano, il nome "La Rinascente" fu ideato un secolo fa da **Gabriele D'Annunzio** su

commissione di Senatore Borletti, che acquistò i grandi magazzini Bocconi nel 1917, promuovendone la rinascita.

La mostra è articolata su un percorso tematico dedicato agli ambiti in cui l'azienda ha dimostrato una particolare capacità progettuale e realizzativa: la storia della Rinascente dal 1865 ad oggi; Marcello Dudovich e la nascita della cartellonistica; cinema e video; cataloghi e house organ; la nuova comunicazione e la nuova grafica dagli anni Cinquanta in avanti; gli allestimenti e gli eventi; i nuovi consumi; il costume e la moda con la rivoluzione del pret-à-porter; il centro design Rinascente; la nascita del Compasso d'oro (1954-1964); lo scenario futuro. Non si tratta di un viaggio lineare, ma di un collage di contributi, identità, persone e stimoli differenti. Grande spazio è dedicato agli artisti che furono determinanti nel creare il clima culturale dell'epoca e ai giovani collaboratori che, grazie al laboratorio formativo della Rinascente, divennero protagonisti di nuovi fronti creativi, dalla moda al design, dalla grafica alla comunicazione, dalla gestione amministrativa alla produzione industriale. Le idee rivoluzionarie dei movimenti artistici più importanti, come quelle di Gropius, Le Corbusier, Kandinsky, furono il background su cui nacquero dialoghi costruttivi con i grafici e i designer della Rinascente, che acquisirono un linguaggio nel quale si percepisce lo stretto rapporto con l'arte.

Cio' spiega la presenza in mostra anche di opere di grande portata di artisti dell'epoca, quali Depero, Munari, Melotti, Fontana, Soldati, Ceroli, Rotella, Warhol, Pistoletto, Manzoni e altri ancora. Il progetto scientifico della mostra è curato da Sandrina Bandera e Maria Canella, storiche dell'arte, della società e del costume. La produzione e il lavoro di ricerca sono curate da Memoria & Progetto, associazione culturale che ha selezionato, sotto il coordinamento di Elena Puccinelli, tutti i documenti, le fotografie, i materiali grafici e gli oggetti presenti in mostra. Catalogo a cura di Skira Editore.

NEWS	FOTO	VIDEO
Più visti del giorno	Più visti della settimana	Più visti del mese
	Boschi, bacio a Brunetta e abito provocante al premio Guido Carli	
	Trump porge la mano a Melania: la first lady la spinge via	
	Infarto, 10 messaggi che il vostro corpo vi manda in anticipo	
	Un canale taglia la Calabria per il trasporto marittimo in Italia	
	Manchester, conduttrice si commuove mentre parla con madre in cerca della figlia	
	Il chirurgo prende a pugni l'infermiera	
	SGOMINATO IL CARTELLO DELLA DROGA DELL'NDRANGHETA "MILANO-COLUMBIA"	

In evidenza



Giovedì 25 Maggio 2017

Mi piace 108 mila

Segui @Affaritaliani

RSS

ACCEDI FULLSCREEN CERCA

Q

f

t

METEO

OROSCOPO

GIOCHI

SHOPPING

CASA

affaritaliani.it

Il primo quotidiano digitale, dal 1996

21 ANNI

1996-2017

Fondatore e direttore
Angelo Maria Perrino

POLITICA

ESTERI

ECONOMIA

CRONACHE

CULTURE

COSTUME

SPETTACOLI

SPORT

MILANO

ROMA

⋮

PALAZZI & POTERE

LAVORO

MARKETING

MEDIATECH

FOOD

SALUTE

MOTORI

VIAGGI

FOTO

aiTV

CULTURE

La Rinascente appuntamento milanese dopo Chiasso- Foto -

Mercoledì, 24 maggio 2017 - 13:48:00



Vassilij Kandinskij - Wechselstreifen, 1933

1 / 4

Condividi 0

Tweet

Condividi 0

torna all'articolo >

Zurich Connect ti permette di risparmiare sull'assicurazione auto senza compromessi sulla qualità del servizio. Scopri la polizza auto e fai un preventivo

f

t

wa

e

p

Giovedì 25 Maggio 2017 1M piace 105 mila Segui @affaritaliani Accedi Fullscreen Cerca

METEO OROSCOPO GIOCHI SHOPPING CASA

affaritaliani.it 21 ANNI
Il primo quotidiano digitale, dal 1996

Fondatore e direttore
Angelo Maria Perrino

POLITICA ESTERI ECONOMIA CRONACHE CULTURE COSTUME SPETTACOLI SPORT MILANO ROMA ...

PALAZZI & POTERE LAVORO MARKETING MEDIATECH FOOD SALUTE MOTORI VIAGGI FOTO aiTV

Home > Culture > La Rinascente appuntamento milanese dopo Chiasso

Mercoledì, 24 maggio 2017 - 13:48:00

La Rinascente appuntamento milanese dopo Chiasso

La mostra "LR100 - RINASCENTE - STORIES OF INNOVATION" a Milano

di **Simonetta M. Rodinò**

Non retorica celebrativa, ma narrazione della città di Milano e del made in Italy.

La mostra "LR100 - RINASCENTE - STORIES OF INNOVATION" non è una sola storia: perché racconta delle famiglie che hanno contribuito al crescere del grande magazzino, dei grafici, degli architetti e dei designer che vi hanno lavorato.

Protagonista del percorso di 100 anni del suo nome - ideato da Gabriele D'Annunzio su commissione di Senatore Borletti, che acquistò i grandi magazzini Bocconi nel 1917 - è il pubblico della nascente società dei consumi che ha creato un suo gusto alimentando il senso del bello.

Sin dalle sue origini, la Rinascente si caratterizzò come laboratorio dove sperimentare le novità che provenivano dal resto d'Europa. Il modello di vendita innovativo, derivato dalle iniziali esperienze francesi, con la merce esposta negli scaffali a prezzo fisso produsse infatti decisivi cambiamenti nella vita quotidiana.

La rassegna, curata da Sandrina Bandera e Maria Canella, da oggi nelle sale dell'Appartamento del Principe al piano nobile di Palazzo Reale del capoluogo lombardo, si snoda per capitoli e temi: la storia della Rinascente dal 1865 ad oggi; Marcello Dudovich e la nascita della cartellonistica pubblicitaria; cataloghi, house organ; il grande magazzino nel cinema; la nuova comunicazione e la nuova grafica (1950-1970); gli allestimenti e gli eventi; i nuovi consumi; il costume a la moda con la rivoluzione del prêt-à-porter; il Centro Design Rinascente; la nascita del Compasso d'oro (1954-1964); lo scenario del futuro.

L'esposizione non parla solo di grafica, oggetti di design, immagini storiche, documenti video, ma anche di arte, con una selezione di opere di artisti che furono determinanti nel creare il clima culturale dell'epoca e di giovani collaboratori, che, grazie al laboratorio formativo della Rinascente, divennero protagonisti di nuovi fronti creativi, dalla moda al design, dalla grafica alla comunicazione, dalla gestione amministrativa alla produzione industriale.

Fonti d'ispirazione furono gli interventi rivoluzionari dei movimenti artistici e architettonici più importanti dell'epoca, come quelli di Gropius, Le Corbusier, Kandinsky...

Così, nella prima sala è documentato il cambiamento di volto della città con poche opere ma simboliche, Boccioni, Sant'Elia e Savinio. Nella stanza dedicata a Marcello Dudovich su una parete fotografie (scattate dallo stesso cartellonista triestino), schizzi preparatori e bozzetti mostrano il processo creativo per giungere al manifesto: un mobile archivio poi permette di consultare la ricca collezione di manifesti originali.

In un'altra sala è raccontato il ruolo dell'arte nella società del consumismo: le tele di Kandinsky, Depero, Campigli, Tadini, Grazia Varisco, Dadamaino e poi Hamilton, Warhol, Paolini, Melotti... sono appese senza gerarchia su semplici scaffali da grande magazzino.

E ancora...

La storica catena di grande magazzini, dal maggio del 2011 diventata thailandese, rivive dunque attraverso un collage di contributi, identità e persone il suo lungo cammino.

"LR100 - RINASCENTE - STORIES OF INNOVATION"
Palazzo Reale - Piazza Duomo - Milano
24 maggio - 24 settembre 2017
Orari: lunedì dalle 14.30 alle 19.30; martedì, mercoledì, venerdì e domenica dalle 9.30 alle 19.30 giovedì e sabato dalle 9.30 alle 22.30
Ingressi: intero 8 euro - ridotto 6 euro
www.palazzorealemilano.it

Paestum per "un errore" non è tra i 5 Supermusei senza direttore

Guarda la gallery

aiTV

NEWS	FOTO	VIDEO

In evidenza

SPETTACOLI
Barrialess, Bianca Balti e Rocío E' già estate: tutte in topless

Zurich Connect ti permette di risparmiare sull'assicurazione auto senza compromessi sulla qualità del servizio. Scopri la polizza auto e fai un preventivo

f t g+ in r

LA RINASCENTE MOSTRA MILANO LA RINASCENTE MOSTRA CHIASSO

MUSE

FASHION
CONTENTS
PORTRAITS
TRAVEL

WATCH

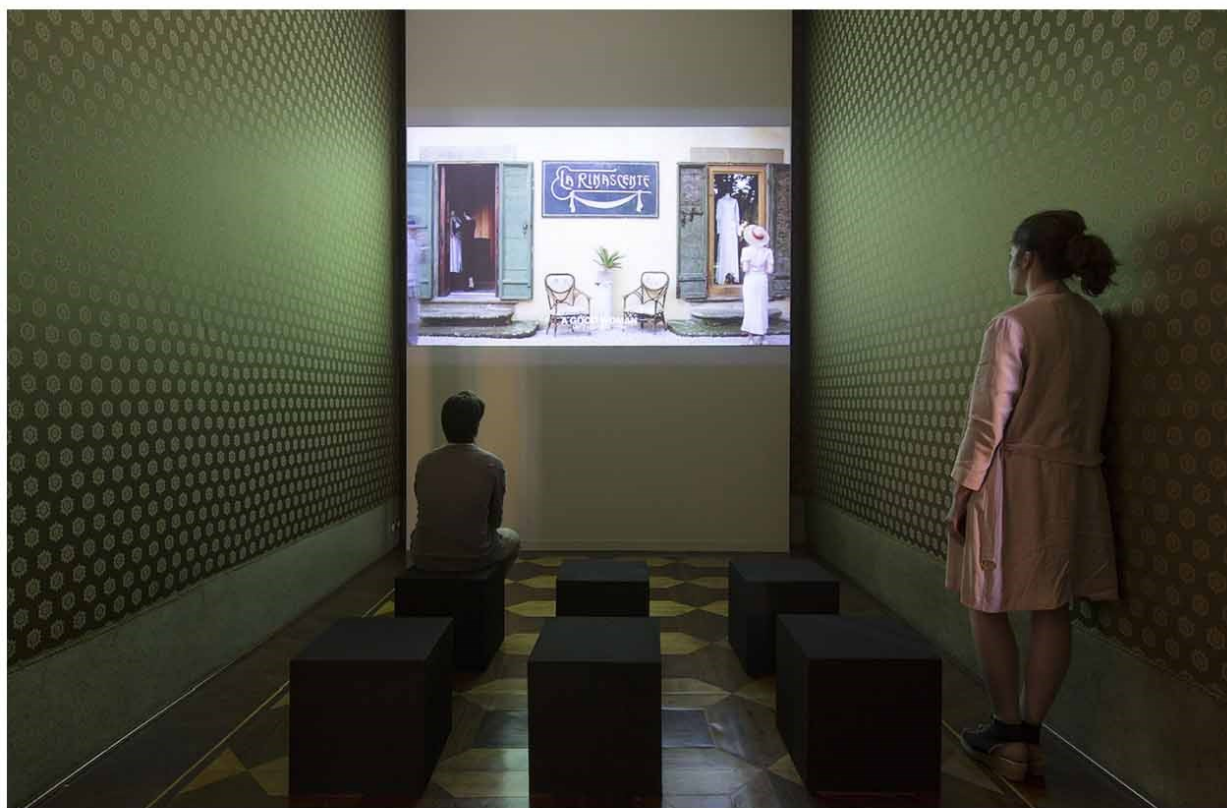
ARCHIVE

EN IT

SEARCH

R100 RINASCENTE STORIES OF INNOVATION

*Exploring and celebrating the
authentic Milanese avant-garde*



Exhibition overview at Palazzo Reale, Milan

"Once upon a time, there were two enterprising young men from Lodi, Ferdinando and Luigi Bocconi, who came from a humble background (their father was an itinerant haberdasher), yet knew how to dream... and how to roll up their sleeves to make their dreams come true." – Domenico Piraina, Director Palazzo Reale

Opening May 24th, 2017, the exhibition **R100** presented by **La Rinascente** and **Palazzo Reale** offers the opportunity to explore the many dimensions of the authentic Milanese avant-garde and to recognise its contribution and the influence it has exerted on our society, our economy, our language and our everyday habits and customs, enabling Milan and La Rinascente to capture the European audience. One hundred years ago, the Bocconi Stores managed by Umberto Brustio adopted the name coined by Gabriele D'Annunzio and set an extraordinary era of modernity in motion. Milan today is experiencing a period of major international aperture and this exhibition demonstrates that La Rinascente is part of the process, today as it has been for the last hundred years.

SHARE





HOME EVENTI LOCALI RISTORANTI NEWS REAL ESTATE



Home » Eventi » ARTE&CO » LR100. RINASCENTE. Stories of Innovation

LR100. RINASCENTE. Stories of Innovation

ARTE&CO

Condividi



La mostra che celebra La Rinascente, così battezzata da D'Annunzio, a cent'anni dalla nascita del suo nome

Quest'anno La Rinascente festeggia i 100 anni del suo nome, ideato da Gabriele D'Annunzio.

Cominciava così una storia fatta di passione, talento e capacità di visione tale da suscitare, a partire dai primi del Novecento, un impatto innovativo sui modelli di consumo e sull'evoluzione che portò Milano ad affermarsi come motore economico dell'Italia postunitaria.

A La Rinascente e a questo importante anniversario Palazzo Reale dedica la mostra "LR100. RINASCENTE. Stories of Innovation", visitabile [dal 24 maggio al 24 settembre 2017](#).

Attraverso un'eccezionale varietà e quantità di opere d'arte, grafica, oggetti di design, immagini storiche e contributi inediti, il pubblico potrà scoprire come la Rinascente abbia scritto capitoli importanti nella storia del costume, della comunicazione e della grande distribuzione.

La rassegna sarà accompagnata dalla proiezione di film e di testi di poeti e scrittori come D'Annunzio, Quasimodo, Gadda, Zavattini e Calvino.

Da mercoledì 24 maggio a domenica 24 settembre 2017

Orari: lunedì 14.30-19.30; mart, merc, ven, dom 9.30-19.30; giovedì e sabato 9.30-22.30

Per info su biglietti e prenotazioni cliccare [QUI](#)

Data e luogo



ARTE&CO

Condividi





MILANO
EVENTS.IT
[HOME](#)
[EVENTI](#)
[CULTURA](#)
[FASHION & DESIGN](#)
[FOOD & DRINK](#)
[LIFESTYLE](#)
[LAVORO](#)
[LOGIN](#)
[CONTATTACI](#)
[Q](#)


LA RINASCENTE: 100 anni di storia in mostra a Palazzo Reale

CULTURA by Ester Rizzoli - 25 maggio 2017



LA RINASCENTE: dal 24 maggio a Palazzo Reale è aperta la mostra che celebra 100 anni di storia dei Grandi Magazzini con opere di grandi artisti.

Ha aperto il 24 maggio a Palazzo Reale la mostra che celebra i 100 anni del nome della Rinascente. L'esposizione racconta un secolo di storia del costume e della cultura italiana e sarà visitabile fino al 24 settembre 2017.

La storia dei grandi magazzini ha visto la loro rinascita proprio nel 1917 quando furono acquistati da **Senatore Borletti**. Fu Gabriele D'Annunzio che su commissione ideò il nome La Rinascente per lo store che sarebbe diventato in seguito uno dei più famosi al mondo.

La Rinascente ebbe un **impatto innovativo sui modelli di consumo** e sull'evoluzione che portò Milano ad affermarsi come **motore economico** dell'Italia postunitaria.

La mostra **LR100. Rinascente. Stories of Innovation** celebrerà l'anniversario nelle sale dell'Appartamento del Principe al piano nobile di Palazzo Reale con **opere d'arte, grafica, oggetti di design, immagini storiche e contributi inediti**, che dimostrano come la *Rinascente* abbia scritto capitoli importanti nella storia del costume, della comunicazione e della grande distribuzione.

I visitatori saranno guidati attraverso un **percorso tematico** dedicato agli ambiti in cui l'azienda ha dimostrato una particolare capacità progettuale e realizzativa: la storia della *Rinascente* dal 1865 ad oggi; Marcello Dudovich e la nascita della cartellonistica; cinema e video; cataloghi e *house organ*; la nuova comunicazione e la nuova grafica dagli anni Cinquanta in avanti; gli allestimenti e gli eventi; i nuovi consumi; il costume e la moda con la rivoluzione del prêt-à-porter; il centro design *Rinascente*; la nascita del Compasso d'oro (1954-1964); lo scenario futuro.

Continua a leggere per conoscere gli orari di apertura...

[Chi siamo](#) | [Contattaci](#) | [Collabora con noi](#) | [Pubblicità](#) | [Carrello](#)

LOGIN/REGISTRATI 

MILANO

EVENTS.IT

 [EVENTI](#) ▾ [CULTURA](#) ▾ [FASHION & DESIGN](#) ▾ [FOOD & DRINK](#) ▾ [LIFESTYLE](#) ▾ [LAVORO](#) ▾ [LOGIN](#) [CONTATTACI](#) 

LA RINASCENTE: 100 anni di storia in mostra a Palazzo Reale

CULTURA

 by [Ester Rizzoli](#) - 25 maggio 2017

L'esposizione racconta come La Rinascente sia riuscita ad offrire al grande pubblico una diversa percezione dell'arte, della cultura e del design, mettendo al centro della propria attività ricerca e innovazione attraverso la complessità della storia del XX secolo.

Grande spazio è dedicato agli **artisti** che furono determinanti nel creare il clima culturale dell'epoca e ai giovani collaboratori che, grazie al laboratorio formativo della *Rinascente*, divennero protagonisti di nuovi fronti creativi, dalla moda al design, dalla grafica alla comunicazione, dalla gestione amministrativa alla produzione industriale, questo spiega la presenza in mostra anche di opere di grande portata di artisti dell'epoca, quali **Depero, Munari, Melotti, Fontana, Soldati, Ceroli, Rotella, Warhol, Pistoletto, Manzoni** e altri ancora.

Il progetto scientifico della mostra *LR100. Rinascente. Stories of Innovation* è curato da **Sandrina Bandera** e **Maria Canella**, storiche dell'arte, della società e del costume.

Orari di apertura: tutti i giorni dal 24 maggio al 24 settembre, lunedì dalle 14.30 alle 19.30; martedì, mercoledì, venerdì e domenica dalle 9.30 alle 19.30; giovedì e sabato dalle 9.30 alle 22.30 (ultimo ingresso un'ora prima della chiusura).

Biglietti: 8 euro (ridotto 6 euro, ridotto speciale 4 euro).

[< Precedente](#)

1 **2**

   ▾



Seguici su Facebook



Mercoledì 24 Maggio 2017 | Milano



Roma



| Oroscopo



cerca nel sito



TRENDING TOPICS

Centocelle • Velletri • Whatsapp • Amici

NEWS

SOCIETÀ

SPETTACOLI

GOSSIP

SPORT

TECH

GIUBILEO

SALUTE

MOTORI

FOTO

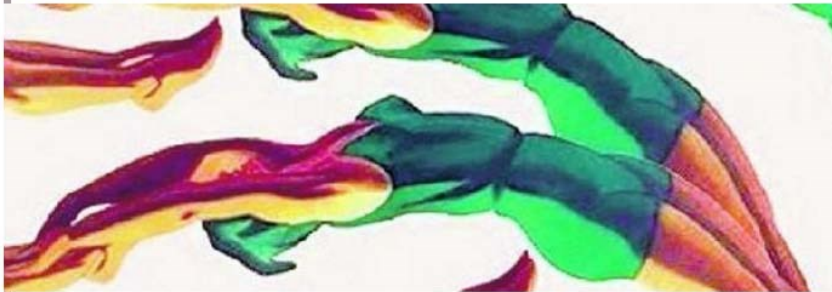
RINASCENTE, UNA MOSTRA A PALAZZO REALE RACCONTA I 100 ANNI DI STORIA

Condividi 1

Tweet

G+1 0

COMMENTA



Mercoledì 24 Maggio 2017, 10:10

di Elisa Straini

Non chiamatela grande magazzino: la Rinascente ha segnato la storia, il costume e il design di Milano e dell'Italia. È questo che celebra la mostra Lr100. Rinascente Stories of innovation, a Palazzo Reale per festeggiare il centenario dello store. A partire dal geniale nome Rnascente coniato nel 1917 da Gabriele D'Annunzio su commissione del senatore Borletti che quell'anno acquistò i grandi magazzini Bocconi, con un grande progetto di rilancio. Ne uscì un modello di vendita nuovo per la Milano dell'epoca, che contribuì a sviluppare gusti, mode e tendenze.

La mostra parte dal 1865 e arriva a oggi passando per gli oggetti di design premiati con il Compasso d'oro dal 1954 al 1964, la strepitosa cartellonistica di Marcello Dudovich, il cinema, il costume e la rivoluzione del prêt-à-porter. La Rinascente seppe innovare e sperimentare, chiamando a sé i più grandi architetti, grafici e stylist. A partire da Giorgio Armani che lavorò come vetrinista. «Il protagonista non è l'artista, ma Milano e l'Italia che nel Novecento diventano patria del bello e del made in Italy», ha spiegato Maria Canella, curatrice dell'esposizione assieme a Sandrina Bandera, entrambe storiche dell'arte e del costume. In mostra anche opere di Depero, Munari, Melotti, Fontana, Rotella, Pistoletto Soldati, Warhol e Manzoni.

La Rinascente arrivava a tutti, ma aveva a monte delle figure di intellettuali che dettavano il gusto e si proponevano di cambiare gli italiani ha sottolineato Bandera - a partire dai valori che D'Annunzio ha collegato: semplice, chiaro e opportuno nell'affidare questo nome al grande magazzino».

Anche al Max di Chiasso una mostra celebra La Rinascente attraverso la grafica con oltre 500 manifesti, cartoline, locandine.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

CONDIVIDI LA NOTIZIA

Consiglia 1

Condividi

DIVENTA FAN DI LEGGO



Leggo - Il si...

Mi piace questa Pa

SOCIETÀ



SCUOLA. ARRIVANO LE
MENSAE "BIO": DAL
MINISTERO 44 MILIONI DI
EURO

COMMENTA



WEB TV

MILANO

ROMA

MILANO

LEGGO TV

Leggo - il sito ufficiale

LEGGO
1,000,000
facebook

Leggo - Il sito ufficiale: la pagina Facebook festeggia un milione di fan



Manchester, attentato al concerto di Ariana Grande: cos'è successo



Bob Dylan compie 76 anni



Muoversi in città?

Con **LEGGO** diventa facile

ROMA

EDIZIONE WEB

EDIZIONE CARTA

MILANO

EDIZIONE WEB

EDIZIONE CARTA

IL VIDEO PIÙ VISTO



[ABOUT US](#)
[CONTACT US](#)
[SITEMAP](#)
[PRIVACY POLICY](#)

[FOLLOW US](#)

[FASHION](#)
[BEAUTY](#)
[LIFESTYLE](#)
[BLOG](#)
[JUNGLAM NEWS](#)
[TRAVEL GUIDES](#)
[LIFE FOOD](#)
[DESIGN](#)

Rinascen^{te}100: a Milano in mostra un secolo di moda e innovazione

I prodotti industriali cambiano la società e la storia del costume, perché uno store come la Rinascente non è un negozio grande magazzino, ma un vino e proprio laboratorio di idee, un produttore di immagini, un centro di cultura. È questo che ha fatto della Rinascente

L'18180: Rinascimento stories of innovation - si chiama durante la conferenza stampa di presentazione dell'negoziazione dedicata al primo secolo di vita di la Rinascente. Questo nome così evocativo e maiuscola di dove è **Gabrielle d'Annunzio**, che lo idea su invito di Giuseppe Borletti quando nel 1917 aprì il **grandi magazine Secchi**.



La Biaccontini B7100 Roberto Spichollet, tecnica primario in tutta la Biaccontini

Dal 24 maggio al 24 settembre 2017 la mostra sarà aperta a Milano a Palazzo Reale, proprio davanti ai concept store, che con il suo interattabile lavoro che ha conigliato la moda con gli stili di vita e il contesto culturale, ha avuto un grandissimo impatto sui modelli di consumo e sull'economia di Milano. Tre amate lo stile vintage, la grafica, la moda e in generale la storia del costume questa mostra è imperdibile: un percorso di 11 sale e 110 immagini per una scoperta della **storacchini avventura innovativa** che ha rappresentato la rinascita per l'Italia. Qui al suo apice: le novità che provengono dall'Europa, come ad esempio il modello di vendita francese con la merce esposta sullo scaffale a prezzo fisso, negando così al consumatore una **shopping experience moderna**.



Il viaggio nel fascinoso mondo Rinascimento continua con **contributi video** sul grande magazzino nel cinema, approfondimenti sull'architettura, sugli allestimenti e sugli eventi. Il grande lavoro di UR100 ha poi focalizzato l'obiettivo **sul rapporto tra l'arte e la società del consumo**, sulla nuova grafica, il premio Compasso d'Oro e la nascita del **post-a-partir**, fino ad arrivare allo scenario del futuro.



RECUPERO una delle sale dedicate ai combattenti del D. Lorenzo Padovani

La mostra "LR100: Rinascente stories of innovation", a cura di Maria Carella e Sandrina Bandiera in collaborazione con Memoria e Progetto e CREA/AMC ha richiesto due anni di lavoro sul prezioso patrimonio di documentazione a disposizione, che è stato progressivamente reso disponibile in un portale, archivio.rinascente.it, dove è anche possibile contribuire con la propria storia Rinascente. "Lavorando a questa mostra ci siamo accorti che non esiste una sola storia della Rinascente, ma ognuno ha la sua storia. Il vero protagonista è il pubblico che ha creato il senso del gusto e del bello andando in negozio" ha spiegato la professoressa Maria Carella.



Te i grafici, fotografi e art director che hanno contribuito a rendere grande La Rinascente di cui sono esposti i lavori e i bozzetti originali ricordiamo **Lucio Fontana, Massimo Campigli, Max Huber, Federico Cirio e Roberto Serbelloni**. Nella mostra sono presenti anche opere d'arte di grandi artisti, tra cui **Musei, Warhol e Pininfarina**, proprio per sottolineare il dialogo continuo tra La Rinascente e i movimenti culturali: creazioni, un lavoro di confronto e contaminazione che l'ha resa **motore di modernità e innovazione**, creando nuove architetture del gusto e rivoluzionando l'immagine femminile e maschile. Progetti per il futuro? Alla fine di settembre aprirà un **nuovo punto vendita a Roma** in via del Tritone, come ha rivelato l'amministratore delegato di Rinascente Pierluigi Cocchiari.



La Rinascente 19100 Serge Libiszewski Servizio fotografico per la Rinascente sul tetto del grande magazzino in piazza del Duomo



LE100 Newacerta: Series of Innovation

Milano a Palazzo Reale - dal 24 maggio al 24 settembre
 Aperto tutti i giorni, da 10 a 19h

Aperta sette giorni su sette
Lunedì dalle 14.30 alle 19.30
Martedì, mercoledì, venerdì e

Ultimo ingresso un'ora prima della chiusura

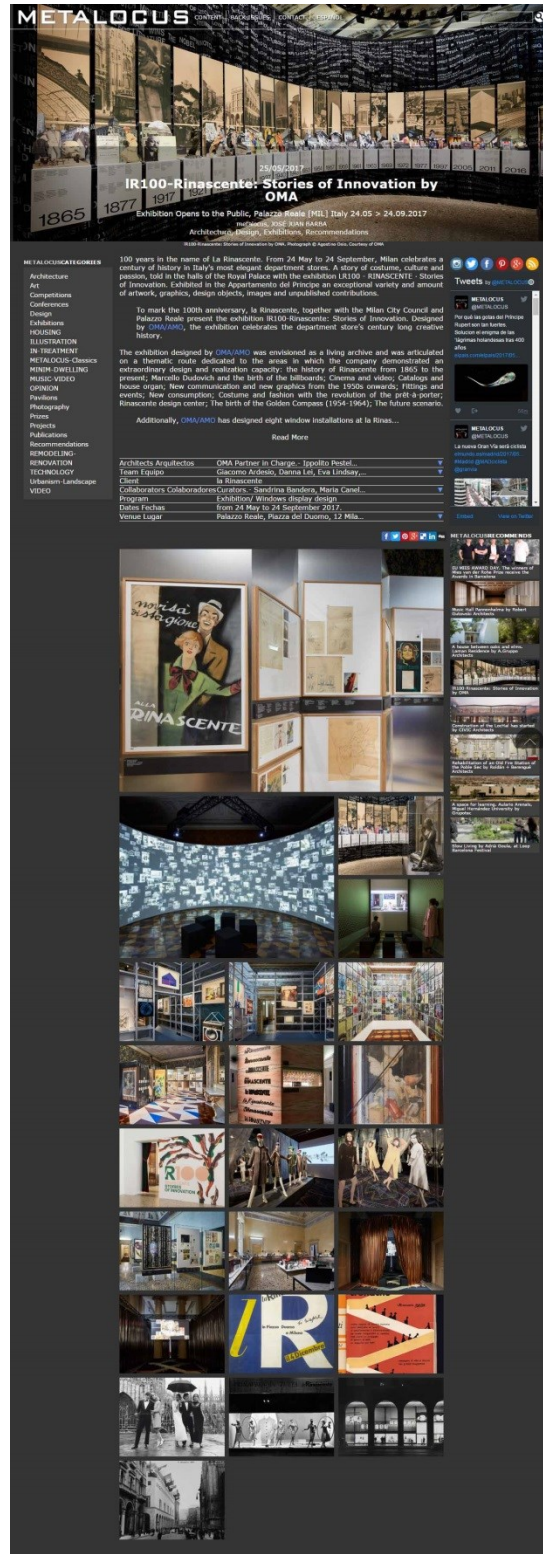
Costo del biglietto intero:

Costo del giorno intero: 8 euro
Ridotto: 6 euro
Ridotto speciale: 4 euro

Catalogo a cura di Silvia Editore

Catalogo a cura di Silvia Ettore






fanpage.it NEWS Roma Napoli
 HOME SCIENZE TECH CALCOLO DESIGN DONNA VIAGGI MOTORI MUSICA GOSSIP TV CINEMA LAVORO CUCINA
 CRONACA ITALIANA POLITICA ITALIANA ECONOMIA ESTERI USA GUERRA IN SIRIA CULTURA DIRITTO E DUBBIO OROSCOPO
 8+ COMMENTA CONDIVIDI f 48

Milano, La Rinascente compie 100 anni: una mostra a Palazzo Reale, fra storia e design

Un secolo fa inaugurava La Rinascente: Milano celebra uno dei suoi simboli con una mostra di design, pittura e scultura unica nel suo genere. Dal 23 maggio a Palazzo Reale.

ARTE | EVENTI/CULTURALI | 1° MAGGIO 2017 | 10:50 | Federica D'Afonso




In foto: La Rinascente negli anni Cinquanta

I grandi magazzini milanesi: un vero e proprio fenomeno di costume che dagli anni Venti in poi simboleggiava l'eccellenza italiana nel campo della moda, ma anche del design e delle arti.

100 anni di storia di costume, di arte e cultura che s'intrecciano alla storia economica del Paese, raccontati attraverso un allestimento unico, a cavallo tra moda, arte e design. Moltissimi sono infatti i temi che attraversano trasversalmente la storia della Rinascente: la modernizzazione, l'emancipazione della donna. Il grande design e la moda made in Italy. La rassegna, curata da Sandrina Bandera e Maria Canella e promossa dal Comune di Milano, è arricchita da tantissime immagini e documenti storici, contributi audio e video, opere d'arte e di design legate all'evoluzione del luogo e soprattutto da numerosissimi contributi inediti di famosi scrittori come D'Annunzio, Quasimodo, Gadda e Calvino.

100 anni di pittura, design e comunicazione



In foto: Paolo Monti, Serie fotografica, 1968

La mostra è articolata seguendo l'evoluzione storica della Rinascente: un ampio spazio è dedicato al pittore Marcello Dudovich, che in oltre trent'anni di collaborazione realizzò oltre cento manifesti portando il design e l'arte all'interno della pubblicità. Una sezione sarà dedicata al cinema e al video, oltre che alla comunicazione e alla nuova grafica degli anni Settanta. Documenti storici d'archivio racconteranno gli avventi e gli allestimenti più famosi, oltre che la nascita del Premio Compasso d'Oro, voluto da Gio Ponti e fortemente legato all'esperienza di modernizzazione voluta con La Rinascente.

Un legame forte, quello della Rinascente, soprattutto con l'arte; per questo, negli spazi della mostra sarà possibile ammirare anche numerose opere di De Piro, Fontana, Pistoletto, Varhol e Manzoni.

La Rinascente, un secolo fa

Ma la storia della Rinascente inizia molto tempo prima del 1917. L'imprenditore Ferdinando Bocconi, ispirandosi al fenomeno parigino di Le Bon Marché, considerò il primo grande magazzino del mondo, apre a Milano il primo negozio di abiti pre-confezionati.

L'esperimento riesce, attestandosi non soltanto come un esempio di capacità imprenditoriale, ma soprattutto come specchio di un'Italia che sta cambiando: lentamente, ma al passo con le grandi rivoluzioni di costume di tutta Europa. Eleganza e raffinatezza anche per le classi medio-basse: questo obiettivo del conte di Ascare Cosene Borletti, che nel 1917 sceglie di affidare al poeta Gabriele D'Annunzio l'ideazione del nome di quelli che diventeranno i grandi magazzini più famosi di Italia? Il Vate scelse "La Rinascente", a simboleggiare la rinascita di un luogo che negli anni diventerà il simbolo della moderna Milano, e dell'Italia intera.

Vota l'articolo:
 ★★★★★ 4,04 su 5,00 basato su 49 voti.

Federica D'Afonso segue @

Log in

VENERDI 26 MAGGIO 2017

Cerca news in Italia e nel M...

CARICA

INVIÀ COMUNICATO

RICEVI LA NEWSLETTER

TG TOURISM

news in diretta dal turismo

TG CLUB

HOME

TRAVEL NEWS

ROMA NEWS

EVENTI

FOOD NEWS

WEDDING

TRAVEL UTILITY

BOOKS

TGTV

TGT24

f

t

s

e

g

+

ARTE&MOSTRE

DOVE VUOI ANDARE?

Search

Q

A Palazzo Reale di Milano si celebrano i 100 anni della Rinascente

Post on: Mag 25, 2017 | Camilla Giannomasso - |



Tweet

1

My place

1

9+1

Milano. Si chiama "100 anni di Rinascente" la mostra dedicata al design e all'innovazione che vuole raccontare un secolo di storia del costume e della cultura del capoluogo lombardo e dell'Italia.

Per ripercorrere i 100 anni di vita della grande azienda milanese, il cui nome venne ideato da Gabriele D'Annunzio su commissione di Senatore Borletti, che acquistò i grandi magazzini Bocconi nel 1917, promuovendone così la rinascita.

• •

Una storia fatta di passione, talento e capacità di visione tale da suscitare un impatto innovativo sui modelli di consumo e sull'evoluzione che portò Milano ad affermarsi come motore economico dell'Italia postunitaria.

In occasione di questo anniversario, le sale di Palazzo Reale ospitano un'eccezionale varietà e quantità di opere d'arte, grafica, oggetti di design, immagini storiche e contributi inediti.

La mostra è articolata su un percorso tematico dedicato agli ambiti in cui l'azienda ha dimostrato una particolare capacità progettuale e realizzativa:

- la storia della Rinascente dal 1865 fino a oggi;
- Marcello Dudovich e la nascita della cartellonistica;
- cinema e video;
- cataloghi e house organ;
- la nuova comunicazione e la nuova grafica dagli anni Cinquanta in avanti;
- gli allestimenti e gli eventi;
- i nuovi consumi;
- il costume e la moda con la rivoluzione del prêt-à-porter;
- il centro design Rinascente;
- la nascita del Compasso d'oro (1954-1964);
- lo scenario futuro.

Grande spazio è dedicato poi agli artisti che furono determinanti nel creare il clima culturale dell'epoca.

Le idee rivoluzionarie dei movimenti artistici più importanti, come quelle di Gropius, Le Corbusier, Kandinsky, furono infatti il background su cui nacquero dialoghi costruttivi con i grafici e i designer della Rinascente, che acquisirono un linguaggio nel quale si percepisce lo stretto rapporto con l'arte.

Così si spiega l'esposizione di opere di grandi artisti dell'epoca, quali Depero, Munari, Melotti, Fontana, Soldati, Ceroli, Rotella, Warhol, Pistoletto e Manzoni.

Credits: il progetto scientifico della mostra è curato da Sandrina Bandera e Maria Canella, storiche dell'arte, della società e del costume. La produzione e il lavoro di ricerca sono curate da Memoria & Progetto, associazione culturale che ha selezionato, sotto il coordinamento di Elena Puccinelli, tutti i documenti, le fotografie, i materiali grafici e gli oggetti presenti in mostra. Catalogo a cura di Skira Editore.

Informazioni:

"100 anni di Rinascente"

Palazzo Reale, Milano

Dal 24 maggio al 24 settembre

Orari: lun (14.30-19.30), mar, mer, ven e dom (9.30-19.30), gio e sab (9.30-22.30)

Biglietti: Intero: 8 euro / Ridotto: 6 euro / Ridotto speciale: 4 euro

Info: palazzorealemilano.it / rinascente.it

Fonte: Ufficio Stampa - Comune di Milano

1

DesignBlog.it fa parte del Canale Blog Dorsal ed è un supplemento alla testata Blog.it registrata presso il Tribunale di Milano n. 42706, P. IVA 06412880961



Lunedì, Mag 29, 2017

Contatti


[Home](#) [Economia](#) [Cultura](#) [Tecnologia](#) [Sport](#) [Esteri](#) [Salute](#) [Italia](#)
[Principale](#) > [Economia](#) > [Rinascite, una mostra a Palazzo Reale racconta i 100 anni di storia](#)

Rinascite, una mostra a Palazzo Reale racconta i 100 anni di storia

28 Mag, 2017

KXIP vs KKR Live Score

E' il ritratto della **Rinascite** tracciato dalla mostra che apre il 24 maggio a Milano, a **Palazzo Reale**, in occasione dei festeggiamenti per i 100 anni del nome ideato da **Gabriele D'Annunzio** su commissione di **Senatore Borletti**, che acquistò i **grandi magazzini Bocconi** nel 1917, promuovendone la rinascita.

Modigliani arriva a Genova - Prenota la Visita alla Mostra

Dal 16 Marzo al 16 Luglio, Palazzo Ducale.

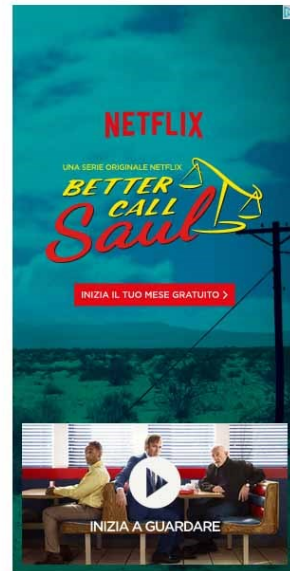
modiglianigenova.it


✕✕ L'allestimento della mostra, dal 24 maggio al 24 settembre al **Palazzo Reale** di Milano, è curato da **Oma/Amo**. Che ripercorre gli anni dei pionieri dello stile e della comunicazione.

La mostra parte con la fondazione nel 1865 e arriva al futuro passando per gli oggetti di design premiati con il Compasso d'oro dal 1954 al 1964, la cartellonistica di Marcello Dudovich, il cinema, la comunicazione e la grafica dagli anni Cinquanta, il costume e la moda con la rivoluzione del pret a porter: **La Rinascite** ha chiamato i più grandi architetti, grafici e stylist a disegnare i suoi prodotti. Sin dalle sue origini, infatti

si caratterizzò come laboratorio **dove** sperimentare le novità che provenivano dal resto d'Europa. **"La Rinascite"** arrivava a tutti, ma aveva a monte delle figure di intellettuali che dettavano il gusto e si proponevano di cambiare gli italiani, a partire dai valori che D'Annunzio ha collegato: semplice, chiaro e opportuno nell'affidare questo nome al grande magazzino" ha aggiunto l'altra curatrice **Sandrina Bandera**, anche lei storica dell'arte, della società e del costume. **Le idee rivoluzionarie dei movimenti artistici più importanti**, come quelle di Gropius, Le Corbusier, Kandinsky, furono il background su cui nacquero dialoghi costruttivi con i grafici e i designer della **Rinascite**, che acquisirono un linguaggio nel quale si percepisce lo stretto rapporto con l'arte. In mostra anche opere di Depero, Munari, Melotti, Fontana, Rotella, Pistoletto Soldati, Warhol e Manzoni.

Gli allestimenti sono a cura di OMA - studio internazionale che opera nell'ambito dell'architettura e dell'urbanistica guidato da nove partner: Rem Koolhaas, Ellen van Loon, Reinier de Graaf, Shohei Shigematsu, Iyad Alsaka, David Gianotten, Chris van Duijn, Ippolito Pestellini Laparelli e Jason Long - e AMO, studio che si occupa di ricerca e design e applica il pensiero architettonico ad ambiti che vanno oltre l'architettura stessa.



Messaggi recenti

[Stelvio Nibali decolla il Giro è riaperto](#)
Mag 28, 2017

Uno, due, tre scatti interloquaci, giusto per saggiare chi ancora ha la forza di stare a ruota. Mentre Nibali è uno spettacolo guardarlo! Senza dimenticare che le bici pesano meno di 7kg.

[NordEst_Cade ultraleggero: morto pilota](#)
Mag 28, 2017

Una vera e propria tragedia quella avvenuta questa mattina in Veneto, e precisamente in provincia di Vicenza. Ciò che si sa è che ha preso



Home [Prima Pagina](#) [Economia](#) [Intrattenimento](#) [Costume e Società](#) [Sport](#) [Salute](#) [Annunci](#)



Home > [Costume e Società](#) > La Rinascente. Cent'anni della nostra storia

La Rinascente. Cent'anni della nostra storia

[Costume e Società](#) [Cultura](#) 24 maggio 2017



Milano quest'anno celebrerà i 100 anni dei famosi e storici "Magazzini La Rinascente. Lo farà attraverso una mostra organizzata in collaborazione con il Comune di Milano, Assessorato alla Cultura, e Rinascente stessa che aprirà il 26 maggio 2017. La Mostra terminerà il 24 settembre. IL luogo scelto per l'allestimento è la splendida cornice di Palazzo Reale. Non è un viaggio lineare, ma un collage di contributi,

identità, personaggi che, racconta come La Rinascente sia riuscita ad offrire al grande pubblico una diversa percezione dell'arte della cultura e del design, mettendo al centro della propria attività, ricerca e innovazione attraverso la complessità della storia del XX secolo.

D'Annunzio e La Rinascente

Il Senatore Borletti nel 1917 dopo aver acquistato i magazzini Bocconi chiese al poeta Gabriele d'Annunzio di idearne il nome. D'Annunzio conio' La Rinascente evocando con questo nome l'impatto innovativo e l'evoluzione sui nuovi modelli di consumo che avrebbero trainato Milano verso il futuro. Degno di nota nella mostra il riferimento al Premio "Compasso d'Oro".

SEGUICI SUI SOCIAL



ULTIMI ARTICOLI



Milano Photo Marathon 2017
la maratona fotografica di Milano

25 maggio 2017



Museo di storia naturale.
Inaugurazione di 6 nuovi diorami

25 maggio 2017



La Rinascente. Cent'anni della nostra storia

24 maggio 2017



Consumo di suolo in Lombardia. Flash mob a 5 stelle

24 maggio 2017





Pin

Milano festeggia i 100 anni di la Rinascente con una mostra a Palazzo Reale, dal 24 maggio al 24 settembre 2017.



IR 100. RINASCENTE. Stories of Innovation

Sono passati esattamente 100 anni da quando, nel 1917, Gabriele D'Annunzio ne ideò il nome su richiesta del nuovo proprietario, il Senatore Scelardi. D'Annunzio battezzò i grandi magazzini La Rinascente per celebrare la rinascenza avvenuta dopo l'incendio che aveva distrutto gli ex magazzini Bocconi. Ma anche per celebrare la volontà di rinascita di un intero paese. La Rinascente divenne presto un luogo di ritrovo di molti artisti, tra i quali Marcello Dudovich. Insieme per le sue locandine liberty. Max Huber, che ne ideò il logo, e Gio Ponti, che realizzò pezzi di design, appositamente per i nuovi grandi magazzini.

LA MOSTRA



La mostra, attraverso una sorprendente varietà di opere d'arte, di grafica, di design e di immagini storiche, vuole celebrare il ruolo innovativo che il grande magazzino ha avuto non solo per Milano, ma per tutta l'Italia.

La Rinascente segnò infatti una svolta forte di innovazione: la prima libreria in Italia a essere alla Rinascente, e fu della Rinascente che avvenne il primo Rigoletto e la prima campagna nelle case degli italiani. La Rinascente ha quindi vissuto riforme importanti nella storia del costume, della comunicazione e della grande distribuzione del nostro paese. Un angelo innovatore un modello di consumo e di evoluzione, che portarono all'affermazione di Milano come motore economico dell'Italia post unitaria, e il cui nome, La Rinascente, non poteva essere più premonitrice della voglia di rinascita di un intero paese.

La Rinascente. 100 anni di creatività d'impresa attraverso la grafica



Parallelamente alla mostra di Palazzo Reale, che ne celebra la storia, si svolge al m.a.x. museo di Chiasso una mostra che della Rinascente ripercorre la storia grafica e comunicativa. Il grande magazzino fu infatti all'avanguardia nella sperimentazione della grafica e del design, con una comunicazione che superava ritanze e fatiche al nuovo consumatore, soprattutto alle donne. La mostra di Chiasso presenta più di 500 materiali: manifesti pubblicitari, locandine, cartoline, bozzetti, campagne fotografiche. In mostra si trovano i manifesti Liberty di Marcello Dudovich, il manifesto "IR" progettato da Max Huber e le fotografie di Oliviero Toscani. Una storia di avanguardia e rinascita anche della comunicazione.

IR 100. RINASCENTE. Stories of Innovation.

Palazzo Reale, piazza Duomo 12, Milano

24 maggio - 24 settembre 2017

Ore:

Lunedì 14.30 - 19.30

Martedì-novembre venerdì domenica 9.30 - 19.30

Givedì sabato 9.30 - 22.30

Biglietti: € 5 intero, € 4 ridotto

La Rinascente. 100 anni di creatività d'impresa attraverso la grafica

m.a.x. museo, via Dante Alighieri 6, Chiasso

20 maggio - 24 settembre 2017

Ore: Martedì-domenica, ore 10.00-12.00 e 14.00-18.00. Lunedì chiuso (rimane lunedì 5 giugno 2017)

Biglietti: €10 intero, €8 ridotto

CERCA



ULTIMI ARTICOLI

FITNESS AROUND THE WORLD: I MIGLIORI
24 MAGGIO 2017



I 15 RISTORANTI MIGLIORI DEL
24 MAGGIO 2017



SOLE LOFOTES, IL PARADISO (QUASI)
24 MAGGIO 2017



MIAMI FESTIVAL, LA MUSICA IMPORTANTE
24 MAGGIO 2017



LR 100. LA RINASCENTE COMPIE
23 MAGGIO 2017



SOCIAL MEDIA



ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER

Il tuo nome:

Indirizzo email:



FASHION / LUXURY / LEISURE / DESIGN OF DESIRE / TRAVEL / SOCIETY / TRENDS / EVENTS

SOCIETY



Society - 24/05/2017

A Palazzo Reale protagonista la grande azienda milanese con una mostra fotografica. Che ripercorre gli anni dei pionieri dello stile e della comunicazione.

La Rinascente è stata per l'Italia un faro di comunicazione, divulgazione dello stile, sinonimo di bellezza a tutto tondo.

Per i 100 anni della fondazione del grande magazzino (si chiamavano così!) il Comune di Milano|Cultura, Palazzo Reale e la Rinascente celebrano la grande azienda milanese con una mostra che racconta un secolo di storia del costume e della cultura di Milano e dell'Italia, aperta al pubblico fino al 24 settembre.

Il nome "La Rinascente" fu ideato un secolo fa da Gabriele D'Annunzio su commissione di Senatore Borletti, che acquistò i grandi magazzini Bocconi nel 1917, promuovendone la rinascita. Cominciava così una storia fatta di passione, talento e capacità di visione tale da suscitare, già a partire dai primi del Novecento, un impatto innovativo sui modelli di consumo e sull'evoluzione che portò Milano ad affermarsi come motore economico dell'Italia postunitaria. Per celebrare l'evento, nelle sale dell'Appartamento del Principe al piano nobile in via scena un'eccezionale varietà e quantità di opere d'arte, grafica, oggetti di design, immagini storiche e contributi inediti, che dimostrano come la Rinascente abbia scritto capitoli importanti nella storia del costume, della comunicazione e della grande distribuzione.

La mostra è articolata su un percorso tematico dedicato agli aspetti in cui l'azienda ha dimostrato una particolare capacità progettuale e realizzativa: la storia della Rinascente dal 1865 ad oggi. Marcello Dudovich e la nascita della cartellonistica; cinema e video; cataloghi e house organ; la nuova comunicazione e la nuova grafica dagli anni Cinquanta in avanti; gli allestimenti e gli eventi; i nuovi consumi. Il costume e la moda con la rivoluzione del prêt-à-porter; il centro design Rinascente; la nascita del Compasso d'Oro (1954-1964); lo scenario futuro. Non si tratta di un viaggio lineare, ma di un collage di contributi, identità, persone e stimoli differenti che, stanza dopo stanza, racconta come la Rinascente sia riuscita ad offrire al grande pubblico una diversa percezione dell'arte, della cultura e del design, mettendo al centro della propria attività ricerca e innovazione attraverso la complessità della storia del XX secolo.

Grande spazio è dedicato agli artisti che furono determinanti nel creare il clima culturale dell'epoca e ai giovani collaboratori che, grazie al laboratorio formativo della Rinascente, divennero protagonisti di nuovi fronti creativi, dalla moda al design, dalla grafica alla comunicazione, dalla gestione amministrativa alla produzione industriale. Le idee rivoluzionarie dei movimenti artistici più importanti, come quelle di Gropius, Le Corbusier, Kandinsky, furono il background su cui nacquero dialoghi costruttivi con i grafici e i designer della Rinascente, che acquisirono un linguaggio nel quale si percepisce lo stretto rapporto con l'arte. Ciò spiega la presenza in molte opere di opere di grande portata di artisti dell'epoca, quali Depero, Munari, Melotti, Fontana, Soldati, Ceroli, Rotella, Warhol, Pistoletto, Manzoni e altri ancora.

Il progetto scientifico della mostra è curato da Sandrina Bandera e Maria Canella, storiche dell'arte, della società e del costume. La produzione e il lavoro di ricerca sono curate da Memoria & Progetto, associazione culturale che ha selezionato, sotto il coordinamento di Elena Puccinelli, tutti i documenti, le fotografie, i materiali grafici e gli oggetti presenti in mostra. La ricerca nasce dal portale [Rinascente Archives](#) dove è stato ricostruito in digitale l'archivio dell'azienda, attraverso la ricerca e la selezione delle immagini e dei documenti relativi alla storia dell'azienda, conservati negli archivi e nelle biblioteche locali e nazionali.

Gli allestimenti sono a cura di **OMA** - studio internazionale che opera nell'ambito dell'architettura e dell'urbanistica guidato da nove partner: Rem Koolhaas, Ellen van Loon, Reinier de Graaf, Shohei Shigematsu, Iyad Alsaka, David Gianotten, Chris van Duijn, Ippolito Pestellini Laparelli e Jason Long - e **AMO**, studio che si occupa di ricerca e design e applica il pensiero architettonico ad ambiti che vanno oltre l'architettura stessa.

La mostra è aperta sette giorni su sette a Palazzo Reale – Piazza Duomo Milano, dal 24 maggio al 24 settembre, con i seguenti orari:

- Lunedì dalle 14.30 alle 19.30
- Martedì, mercoledì, venerdì e domenica dalle 9.30 alle 19.30
- Giovedì e sabato dalle 9.30 alle 22.30

Condividi questo articolo



18 piace | [Dì che a 1.0 mila persone](#) | [Iscriviti per vedere cosa piace ai tuoi amici](#)





Home » Lifestyle » LR 100: La Rinascente stories of innovation



LR 100: LA RINASCENTE STORIES OF INNOVATION

LIFESTYLE, LIFESTYLE NEWS - VALENTINA MAINETTI 19 MAGGIO 2017 BY VALENTINA MAINETTI

Fondata a Milano nel 1865 dai Fratelli Bocconi, è diventata "La Rinascente" nel 1917, quando il poeta Gabriele D'Annunzio ne ideò il nome che ne sintetizza da subito il carattere innovativo, il desiderio di "rinascita" verso modernità e sperimentazione.

Comincia così una storia fatta di passione, talento e capacità di visione tale da suscitare, a partire dai primi del Novecento, un impatto innovativo sui modelli di consumo.

Entrare in Rinascente era un autentico viaggio di scoperta, un'esperienza vibrante che ti avvolgeva in un paradiso di luci, di neon e di sogni. Grazie all'intervento di artisti e grafici come Max Huber, Bruno Munari, Erberto Carboni e Roberto Sambonet, La Rinascente diventa un tempio dello stile e dell'eleganza che ha caratterizzato l'evoluzione del costume degli italiani.

Premiata come "The best department store in the world" nel 2016, Rinascente festeggia questo centenario con una mostra a Palazzo Reale a Milano (dal 24/5-24/9) dal titolo "LR 100: La Rinascente stories of innovation", raccontando una pagina di storia della città, con spaccati sui grandi fenomeni sociali ed economici che accompagnarono la modernizzazione, l'emancipazione della donna, la storia della moda e del design.

Attraverso un'eccezionale varietà e quantità di opere d'arte, grafica, oggetti di design, immagini storiche e contributi inediti, potremo riscoprire come La Rinascente abbia scritto capitoli importanti nella storia del costume, della comunicazione e della grande distribuzione. Da non perdere.

FOLLOW US



Search



THINK
PEPPER



ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER

Email *

ISCRIVITI

TOP REVIEWS



VILLA LATITUADA - PROVA
MISE EN PLACE

BACKSTAGE GRANELLA D'ANGELO REAL PEPPER 25
MARZO 2017



Cloud neto



Cerca nel sito

concerti teatro cultura libri food cinema mostre bambini outdoor viaggi attualità benessere shopping

oggi domani weekend altra data oggi al cinema oggi a teatro ristoranti locali



Mostre Milano Palazzo Reale

LR100. Rinascente: stories of innovation, mostra

Da mercoledì 24 maggio a domenica 24 settembre 2017



Calendario

Date, orari e biglietti



MAGGIO 2017						
D	L	M	M	G	V	S
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31			

Clicca sul giorno per info su orari e biglietti

Nel 2017 **la Rinascente** festeggia i **100 anni** del suo nome, ideato da **Gabriele D'Annunzio**. Cominciava così una storia fatta di passione, talento e capacità di visione tale da suscitare, a partire dai primi del Novecento, un impatto innovativo sui modelli di consumo e sull'evoluzione che portò **Milano** ad affermarsi come **motore economico dell'Italia postunitaria**.

Per l'occasione **Palazzo Reale** ospita la mostra **LR100. Rinascente: stories of innovation**, a cura di **Sandrina Bandera, Maria Canella e Oma/Ama**. Attraverso un'eccezionale varietà e quantità di opere d'arte, grafica, oggetti di design, immagini storiche e contributi inediti, il pubblico può scoprire come la Rinascente abbia scritto capitoli importanti nella storia del costume, della comunicazione e della grande distribuzione.

La mostra **LR100. Rinascente: stories of innovation** è aperta dal 24 maggio al 24 settembre 2017, nei seguenti **orari**: lunedì 14.30-19.30; martedì, mercoledì, venerdì e domenica 9.30-19.30; giovedì e sabato 9.30-22.30. I **biglietti** costano 8 euro (ridotto 6 euro, per gruppi, *over 65*, disabili; ridotto famiglia 6 euro adulto e 4 euro bambino da 6 a 14 anni).



Maggiori informazioni sul luogo
Palazzo Reale



REGISTRATI ALLE NEWSLETTER

Vuoi essere sempre aggiornato su tutti gli eventi della tua città e provincie Registrati. È semplice e gratuito.

scrivi qui il tuo indirizzo email

REGISTRATI



Lo spunto del mercol
di **Laura Guglielmo**



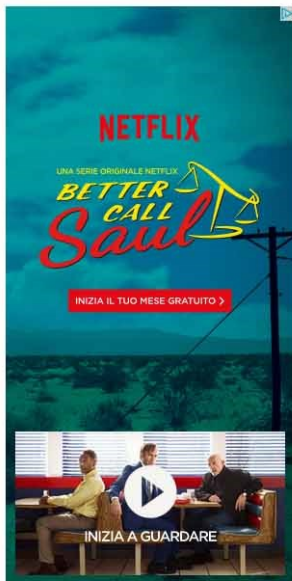
NoLo, a Nord di Loreto. Il quartiere più multietnico di Milano. Perché vivere qui

ACCUEIL

CONTATTI



AFFARI CULTURA TECNOLOGIA SPORT ESTERI SALUTE ITALIA



In mostra '100 anni di Rinascente', un secolo di design

DI QUINTINO MAISTO IN AFFARI — MAG 28, 2017



Quota:



NOTIZIE CORRELATE

E la fascia passa a De Rossi: accordo per il rinnovo

5/29/2017

Adesso è ufficiale: Massimo Deiana nuovo presidente dell'Autorità portuale

5/28/2017

Wonder Woman: nessuna scena tagliata dal film di Patty Jenkins

5/28/2017

Totti, l'amico Costanzo raccoglie il suo desiderio segreto: 'Potrebbe allenare le giovanili'

5/28/2017

Sponsored Links ?



Un nome che quest'anno compie 100 anni.

La mostra **LR100. Rinascente, Stories of Innovation**, a **Palazzo Reale** a Milano dal 24 maggio al 24 settembre, celebra questa storia.

Il nome **"La Rinascente"** fu ideato un secolo fa da **Gabriele D'Annunzio** su commissione di **Senatore Borletti**, che acquistò i **grandi magazzini Bocconi** nel 1917, promuovendone la rinascita. Cominciava così una **storia fatta di passione, talento e capacità di visione** tale da suscitare, a partire dai primi del Novecento, un impatto innovativo sui modelli di consumo e sull'evoluzione che portò Milano ad affermarsi come motore economico dell'Italia. L'esposizione si articola attraverso un percorso tematico, con particolare attenzione agli ambiti in cui l'azienda ha dimostrato negli anni maggiore capacità progettuale.

Sede della mostra è **Palazzo Reale**, principale location espositiva milanese e cuore di quel centro urbano che rappresenta lo spirito della città, a pochi passi dal **Duomo**, dalla **Galleria**, dalla **Scala** e da **La Rinascente**, che ne interpreta lo spirito produttivo. Più che di uno sviluppo cronologico si può parlare di un vero e proprio collage di contributi in cui si intersecano il mondo della moda, quello del design, della grafica e della comunicazione. Sin dalle sue origini, infatti si caratterizzò come laboratorio dove sperimentare le novità che provenivano dal resto d'Europa.

Fonti d'ispirazione furono gli interventi rivoluzionari dei movimenti artistici e architettonici più importanti dell'epoca, come quelli di Gropius, Le Corbusier, Kandinsky... Il **progetto scientifico della mostra** è curato da **Sandrina Bandera** e **Maria Canello**, **storiche dell'arte, della società e del costume**. Ciò spiega la presenza in mostra anche di opere di grande portata di artisti dell'epoca, quali Depero, Munari, Melotti, Fontana, Soldati, Ceroli, Rotella, Warhol, Pistoletto, Manzoni e altri ancora. La produzione e il lavoro di ricerca sono curate da Memoria & Progetto, associazione culturale che ha selezionato, sotto il coordinamento di Elena Puccinelli, tutti i documenti, le fotografie, i materiali grafici e gli oggetti presenti in mostra.

[HOME](#) | [CHI SIAMO](#) | [DOVE TROVARCI](#) | [ARRETRATI](#) | [SEGNALA-MI](#)

[MILANO DOMANI](#) | [MILANO NIGHT & DAY](#) | [LOW COST](#) | [FANTAMUNICIPIO](#) | [SPORT](#) | [DOVE MI PORTI?](#)


NOTIZIE FLASH

GIORNI A MILANOSKATING

IN AUTO, BASTA COL CELLULARE?

ELECTROPARK CON HECKER

AIUTIAMO LE AMICHE TARTÀ


[HOME](#) » [MILANO DOMANI](#) » [CENTO VOLTE RINASCENTE: LA MOSTRA A PALAZZO REALE](#)


CENTO VOLTE RINASCENTE: LA MOSTRA A PALAZZO REALE

22 MAG, 2017

AUTORE: GLORIA PAPARELLA

La Rinascente compie 100 anni, o meglio, li compie il nome inventato da Gabriele D'Annunzio nel 1917. Gli anni dalla nascita dei Magazzini Bocconi, progenitori della Rinascente di Senatore Borletti, sono infatti 152. Per festeggiare questo centenario, a Palazzo Reale (piazza del Duomo, 12) sarà possibile visitare, fino al 24 settembre, una mostra che intende appunto ripercorrere la storia economica e culturale del grande magazzino milanese, un vero e proprio fenomeno di costume che ha simboleggiato l'eccellenza italiana nel campo della moda, del design e delle arti. Un ampio spazio dell'esposizione sarà dedicato al pittore Marcello Dudovich, che ha realizzato oltre cento manifesti portando il design e l'arte all'interno della pubblicità. Una sezione sarà poi dedicata al cinema e ai video, oltre che alla comunicazione e alla nuova grafica degli anni Settanta. Info su palazzorealemilano.it.

MI-TOMORROW

MILANO

MOSTRA PALAZZO REALE

PALAZZO REALE

RINASCENTE MILANO

SALVASTRONCA


[HEALTH & BEAUTY](#)


Beautybiz.it Social



Mi piace 2,5 mila

LOGIN

REGISTER

BEAUTYbiz

MERCOLEDÌ 24 MAGGIO 16:22

COSA STAI CERCANDO? Q

Beauty Business Magazine



SCARICA LA DIGITAL EDITION

ABBONATI ORA

Beauty Industry

Retail

Marketing

People

Skin Care

Make up

Profumi

Speciali

Red Carpet

Gli editoriali

Rivista

→ la Rinascente: una mostra per i 100 anni del nome

A PALAZZO REALE DI MILANO FINO AL 24 SETTEMBRE IL PUBBLICO POTRÀ SCOPRIRE COME IL DEPARTMENT STORE A PARTIRE DAI PRIMI DEL NOVECENTO ABBA SCRITTO UN CAPITOLO IMPORTANTE NELLA STORIA DEL COSTUME E DELLA COMUNICAZIONE ITALIANA

DI REDAZIONE 23/05/2017 13:47

Ideato da Gabriele D'Annunzio, il nome la Rinascente festeggia i suoi primi 100 anni. Per l'occasione, organizza una mostra a Palazzo Reale di Milano che racconta un secolo di storia del costume e della cultura della città e dell'Italia post unitaria. Dal 24 maggio al 24 settembre, infatti, nelle sale dell'Appartamento del Principe del piano nobile, si potrà scoprire attraverso un'eccezionale varietà e quantità di opere d'arte, grafica, oggetti di design e immagini storiche una storia fatta di passione, talento e capacità di visione, tale da portare l'azienda a diventare un punto di riferimento per la moda e per il costume a livello nazionale e internazionale.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



On air

Cover

IL CONSUMATORE NELL'ANIMA



Avete presente le Profumerie d'Italia? Dimenticatevele. Al loro posto c'è Nafina, non solo un consorzio ma un gruppo di profumerie con unico obiettivo: il consumatore

G+1 0

Tweet

Mi piace 12

Condividi



HOMEMODALIFESTYLEGADGETKINSTACCOL

QSEARCH

FWMAG

MODA NEWS & LIFESTYLE

LIFESTYLE

I primi 100 anni della Rinascente

MAGGIO 2017

La Rinascente spegne 100 candeline e, per l'occasione, ha realizzato una mostra a Palazzo Reale visitabile fino al 24 settembre che racconta un secolo di storia culturale milanese e italiana. I magazzini nacquero nel 1917 da un'idea di **Gabriele D'Annunzio** su commissione del **Senatore Sceriffo**. Per celebrare il secolo di esistenza, il **Comune di Milano**, in collaborazione con Palazzo Reale e la stessa Rinascente, ha pensato di rendere omaggio alla storia dei magazzini che hanno influenzato i costumi, hanno imposto nuovi modelli di consumo e hanno contribuito a far diventare Milano il centro economico che è oggi.

Curatrici dell'esposizione sono **Sandrina Bandera** e **Maria Canella**, che come cornice per la mostra hanno scelto **L'Appartamento del Principe**.

Le opere d'arte, grafica, oggetti di design, immagini storiche e contributi inediti selezionati permetteranno di far capire al pubblico come **La Rinascente** abbia scritto capitoli importanti nella storia del costume, della comunicazione e dei consumi. Fin dall'inizio, infatti, i suoi spazi furono un **laboratorio** in cui sperimentare e trovare tutte le novità provenienti dall'Europa. Inutile aggiungere come i suoi prodotti abbiano creato **nuovi miti**, abbiamo dettato la **moda** e valorizzato enormemente il concetto di **Made in Italy**.

ESPOSIZIONE

LA RINASCENTE

MOSTRA

PALAZZO REALE

SLIDER

ARTICOLI RECENTI

Gucci Cruise 2018 sfida a Firenze

Milano si prepara ad accogliere Frida Kahlo

I primi 100 anni della Rinascente

Nike si schiera ancora con la comunità LGBT

David Lynch dedica a Tinseltown delle t-shirt in limited edition

ARCHIVI

maggio 2017

aprile 2017

marzo 2017

febbraio 2017

SEGUICI

f

i

+

AUTHOR

Mariangela Corrado

© Firenze Lettera 11 Giugno 2017 alle 15:08



Milano. Con il supporto di Aordation

raccontare la realtà, non come forma di inganno contemporaneo.

Durante la sede dell'Accademia del Casino Italiano di via Formosa 2 a Milano, delle

Presso il **Leica Store** (3 Via Montepulci 4 a Milano, dalle 14 alle 19) si terrà la **master class** di

A partire dalle 19.00 di lunedì 5 giugno fino al termine della Milano PhotoWeek, per

Le foto di Palazzo Chigi sono riprodotte con la cortesia dell'Archivio fotografico della presidenza del Consiglio.

La **Fondazione Stelline** Chiostro della Magnolia di Via Magenta ospita la rassegna

Presso WhiteLight Art Gallery di via Copernico si terrà la presentazione di

Dopo il ritorno nella di Orléans-Breakey la morte del re - 78.900 lire

Immagini pubblicate da AIE - Associazione Italiana Editori & Digital Imaging

00007T IS A C-CLASS-S-BLOCKED KEY

presso la galleria Spaziozero di Torino. **Caccia al tesoro fotografica** - 2007-2010

antologica del fotografo giapponese Satochi Fujimura.



THE
NATION
www.nationmultimedia.com

LIFE » ARTS & CULTURE



One hundred years of history

June 01, 2017 01:00
By THE NATION



Central Group, proud owners of Milan's oldest department store, celebrates its centenary with an exhibition

THE well-known Italian department store La Rinascente in Milan turns 100 this year and Thailand's Central group, which has owned the store since 2011, is joining the celebrations by launching the exhibition "Stories of Innovation" as well as hosting an exclusive gala dinner at Milan's Palazzo Reale.

In 1917, businessman Senatore Borletti acquired the old Bocconi store in Milan founded in 1865 and completely refurbished it, renaming it La Rinascente (the rebirth). The adjoining La Rinascente district quickly became part of the city's spirit and is home to many of Italy's artistic, cultural and fashion landmarks including the Duomo, Galleria Vittorio Emanuele II, La Scala theatre and the Palazzo Reale, which will be the main venue for the La Rinascente's centenary celebrations.

The exhibition tells the story from various perspectives of La Rinascente in terms of fashion, design, society, arts and culture and innovations. The Timeline zone showcases the history of La Rinascente from its beginnings in 1865 as just a clothing store to its development into a department store in 1917 and then through the 100 years of success to the present.

The New World zone portrays the connections between art and shopping during the 20th century while the third, Present Tense, is all about La Rinascente's evolution to the digital age, which emphasises a customer-centric approach.

Executives from the Central Group were on hand at the opening to welcome such VIP guests as Francesco Saverio Nisio, Italy's ambassador to Thailand, Isara Vongkusolkiet, chairman of the Thai Chamber of Commerce, Alfonso Dolce, chief executive of Dolce & Gabbana, and designer Rossana Orlandi.

"On behalf of the management, I am delighted for La Rinascente to have been trusted by its customers for more than 100 years. I'd like to thank everybody involved in helping to create this wonderful exhibition to celebrate this anniversary. As a Thai, I am extremely proud that our department store has been able to make the leap to the global level with the reputation of being the best in the world," Tos Chirathivat, chief executive of Central Group told his guests, inviting them to stop by Patara restaurant on the store's first floor to enjoy the ongoing festival of Thai food.

La Rinascente currently has 11 stores in major Italian cities including Monza, Padua, Turin, Genoa, Florence, Cagliari, Palermo, Catania and two stores in Rome. A new store, which will be the biggest in the Italian capital, is scheduled to open in September on the Via del Tritone between the Spanish Steps and the Trevi Fountain.

Thai visitors to La Rinascente can use their "One-Card" and will receive the same special privileges as they get shopping at Central department stores in Thailand.

Most Viewed

TODAY LAST 7 Days LAST 30 Days

24 hours in Thailand...

Thailand returns to the international sm...
Life May 31,2017 13:00

Ukraine doctor pioneering 'three-parent' babies...

KIEV - A 34-year-old woman tried to have...
Life May 31,2017 10:27

Just the ticket for the holidays...

Travellers spending their holidays in As...
Life May 31,2017 12:10

All about anime...

J-pop culture is once again celebrated i...
Life May 31,2017 13:15

Laugh, cry and dance with Peet and Burin...

Pop musicians Burin Boonvisut and Peeta...
Life May 31,2017 11:47

Google Ricerca personalizzata

Chi siamo | Contatti | Portfolio

Publicità su Milano Weekend e Italia Weekend

< Info e Media Kit >

MILANOWEEKEND

La Milano che cerchi: notizie e consigli per eventi e gli fuori porta

Publicità su Milano Weekend e Italia Weekend

< Info e Media Kit >

COL SPECIONE

HOME

BAMBINI

CINEMA & TEATRO

CONCERTI

FOOD

LIBRI & INCONTRI

MOSTRE

SHOPPING & MERCATINI

VIAGGI & CITE

La Rinascente compie 100 anni e li "festeggia" con una mostra a Palazzo Reale

23 maggio 2017 - Cristina Maccaroni

Moda - News

G

f

t

+

2

STATUTO

"LA RINASCENTE"

Scuola per l'Arte e il Design

dal 1910 al 1964

di

Lucio Fontana

1910-1964

di

Lucio Fontana

1910-1964

di

Lucio Fontana

1910-1964

Probabilmente ci passate davanti tante volte e non ci fate mai molto caso: parliamo della **Rinascente di Milano** che si trova in Piazza Duomo e che è sempre più meta di acquisti e, visto anche il ristorante all'ultimo piano, di aperitivi, cene e tanta altro. E invece quell'edificio che ha **compie 100 anni**, ha deciso di mettersi di mettersi in mostra.

Si intitolata **LR100 - Rinascente - Stories of Innovation** la mostra che apre il **24 maggio** a **Palazzo Reale** per concludersi il **24 settembre**, un'esposizione diversa dal solito perché per la prima volta in mostra c'è la storia di un'azienda che ha fatto anche la storia di Milano, che alla città è intimamente legata, così come ai suoi artisti, designer e creativi più eccellenti.

Il nome d'altra parte - forse lo saprete - gli venne dato da **Gabriele D'Annunzio**, il Vate, che aveva un futuro o meglio che un passato anche comunicatore, capace di inventare slogan e "naming" (si direbbe oggi ad effetto).

Il Rinascente era il nome che suggerì nel 1917, su commissione del Senatore Forlotti, per questo palazzo che prima di diventare il punto vendita che conosciamo era conosciuto sotto le vesti di **Grandi Magazzini Boccioni**, il Vax, come ha spiegato **Sandrina Bandiera**, una delle curatrici, durante la conferenza stampa, "non si limitò solo al nome ma ne diede anche i valori. Il messaggio per la Rinascente, ancora attuale doveva essere **semplice, chiaro e opportuno**".

D'altra parte, come ha precisato **Filippo Del Corno**, assessore alla Cultura di Milano "La Rinascente è una delle più forti dimostrazioni della correlazioni che esiste in città tra il pensiero creativo e la sua produzione materiale".

Una mostra che vi consigliamo di vedere perché vi permette da un lato di conoscere la storia dell'azienda dall'altro di conoscere la storia di Milano e dell'Italia proprio attraverso questo punto vendita.

Tra le sale dell'Appartamento del Principe - primo piano dopo il cortile se entrate da Piazza Duomo - la prima è un bel colpo d'occhio su tutte le trasformazioni che la Rinascente ha vissuto e che condurrà con molti passaggi significativi della storia d'Italia e di Milano come per esempio il **bombardamento di Piazza Duomo durante la Seconda Guerra Mondiale** e arrivando a un passato più recente l'istituzione del **Premio Compasso d'Oro** nel 1954 grazie proprio alla Rinascente e su idea di **Giò Ponti** e **Alberto Rossini**.

Vedere dunque una eccezionale varietà e quantità di opere d'arte, grafica, oggetti di design, immagini storiche, contributi inediti, opere che hanno vinto il **Compasso d'Oro**. Tutto questo senza un ordine gerarchico, come hanno precisato le curatrici, ma come se si trovasse dentro appunto un grande magazzino e l'arte messa in evidenza il suo rapporto con il commercio e il consumo, il tutto per far emergere quel grande laboratorio creativo che la Rinascente fu nel '900, portatore di tendenze sperimentate in Europa ma anche in America.

Il percorso della mostra

La mostra è articolata su un percorso tematico dedicato agli ambiti in cui l'azienda ha dimostrato una particolare capacità progettuale e realizzativa:

- la storia della Rinascente dal 1865 ad oggi dove si trova anche un'opera di **Lucio Fontana** prestata dal Museo del Novecento che con questa figura di una ragazza giovane e fresca incarna anche la ricerca di indipendenza delle donne di quel periodo;
- **Marcello Dudovich** e la nascita della cartoleristica;
- cinema e video;
- cataloghi e house organ;
- la nuova comunicazione e la nuova grafica dagli anni Cinquanta in avanti;
- gli allestimenti e gli eventi;
- i nuovi consumi;
- il costume e la moda con la rivoluzione del prêt-à-porter;
- il centro design Rinascente;
- la nascita del **Compasso d'Oro** (1954-1964);
- lo scenario futuro.

Non si tratta di un viaggio lineare, **ma di un collage** di contributi, identità, persone e stimoli differenti che, stanza dopo stanza, racconta come la Rinascente sia riuscita ad offrire al grande pubblico una diversa percezione dell'arte, della cultura e del design, mettendo al centro della propria attività ricerca e innovazione attraverso la complessità della storia del XX secolo. La Stanza del **Compasso d'Oro** colpisce molto chi ha più di 30 anni e ha sognato di fronte a una macchina da scrivere come la Olivetti 22 o altre invenzioni che hanno determinato molte degli abitudini di quei tempi e di quelli successivi.

Gli artisti

Grande spazio è dedicato agli artisti che furono determinanti nel creare il clima culturale dell'epoca e ai giovani collaboratori che, grazie al laboratorio formativo della Rinascente, divennero protagonisti di nuovi fronti creativi, dalla moda al design, dalla grafica alla comunicazione, dalla gestione amministrativa alla produzione industriale. Le idee rivoluzionarie dei movimenti artistici più importanti, come quelle di **Croquis**, **La Corbusier**, **Kandinskij**, furono il background su cui nascono dagli architetti costruttori con i grafici e i designer della Rinascente, che acquisirono un linguaggio nel quale si percepisce lo stretto rapporto con l'arte. Ciò spiega la presenza in mostra anche di opere di grande portata di artisti dell'epoca, quali **Depero**, **Munari**, **Meisner**, **Fontana**, **Soldati**, **Ceroli**, **Rossini**, **Warhol**, **Pizzolotto**, **Manzoni** e altri ancora.

Il progetto scientifico della mostra è curato da **Sandrina Bandiera** e **Maria Canella**, storiche dell'arte, della società e del costume. La produzione e il lavoro di ricerca sono curate da **Memoria & Progetto**, associazione culturale che ha selezionato, sotto il coordinamento di **Elena Puccinelli**, tutti i documenti, le fotografie, i materiali grafici e gli oggetti presenti in mostra.

La ricerca nasce dal portale **Rinascente Archives**, dove è stato ricostruito in digitale l'archivio dell'azienda, attraverso la ricerca e la selezione delle immagini e dei documenti relativi alla storia dell'azienda, conservati negli archivi e nelle biblioteche locali e nazionali

A partire dal **9 giugno fino al 21 settembre** per diversi giorni nell'ultima sala della mostra si terranno degli incontri per approfondire il tema della mostra. I dettagli sul sito della Rinascente.

La mostra è aperta sette giorni su sette a Palazzo Reale, dal **24 maggio al 24 settembre**, con i seguenti orari:

- Lunedì dalle 14.30 alle 19.30
- Martedì, mercoledì, venerdì e domenica dalle 9.30 alle 19.30
- Giovedì e sabato dalle 9.30 alle 22.30

Ultimo ingresso un'ora prima della chiusura

Biglietti:
Intero: 8 euro. Ridotto: 6 euro. Ridotto speciale: 4 euro. Possessori abbonamento Musei Lombardi: 5 euro

RISUMENDO
LR100 - Rinascente - Stories of Innovation
Palazzo Reale
24 maggio - 24 settembre
Per ulteriori informazioni: palazzorealemilano.it
Hashtag ufficiale: [#rinascentel00](https://twitter.com/rinascentel00)

AGENDA EVENTI MILANO WEEKEND

SCOPRILI QUI

Segui Milano Weekend

f

t

+

+

+

+

+

ULTIME NEWS E ARTICOLI

- Video Sound Art Festival sbarca a Milano in edizione speciale
- La Rinascente compie 100 anni e li "festeggia" con una mostra a Palazzo Reale
- Calato all you can eat a Milano: da Tatta il gusto della Sicilia al naturale
- Arts, concerti e visite speciali alla Reggia: Musica Violentaria si svela in un festival
- Scrittori, cinebus e vetture narranti: a Carga e dintorni è Festa del Racconto
- Alimentazione sana. Vero Paggi è il suo libro SmartLife: "il segreto è l'equilibrio, vi spiego come"
- Scontrino insieme al Ma'ga, il Museo d'arte contemporanea di Gallarate
- Calato Festival Milano 2017: in Piazza Castello quattro giorni all'insegna della golosità
- Cosa fare a Milano con i bambini dal 23 al 29 maggio
- Otto spettacoli teatrali da vedere a Milano dal 22 al 28 maggio 2017

Notizie Oggi

HOME MONDO POLITICA ECONOMIA SPORT TECNOLOGIA MOTORI SPETTACOLI SEZIONI

Una notte alla Rinascente


24 maggio 2017

Condividi su Facebook

Condividi su Twitter

Condividi su Google+

Condividi su LinkedIn




Storie > Mostre > News

Antonella Catena

Una notte alla Rinascente

Antonella Catena

Per prepararsi alla mostra milanese



Guarda la Gallery

Tutto quello che pensavo di sapere della vita si riduceva a poco: anche con i sogni conviene limitarsi a quelli che ti puoi permettere. Si vede che non sono un'esperta in destino, perché tra le cose che sognavo a 20 anni c'era passare una notte nel più importante negozio d'Italia.

Ho trascorso una notte da sola alla Rinascente. La storia è più lunga e comincia a Londra. Era il mese di luglio del 2011, dopo gli esami della sessione estiva ero andata in Inghilterra a lavorare e a studiare la lingua. Nessuno mi la aveva chiesta.

Ci avevo pensato io, visto che nella mia facoltà, Giurisprudenza, a Napoli, l'Inglese era considerato una lingua troppo esotica per dare nei programmi. In cambio ti dovevo molto latino, sapevo a memoria i papi giuristi di Ercolano. Per farla breve, stando ai miei impegni piani sarei tornata a casa, dopo 100 giorni oltre la Manica, con una pronuncia perfetta e nulla pratica del mondo.

Avevo 20 anni, che viaggiavo mi pareva una persona migliore. Il calcolo che non avevo fatto era questo: Londra d'estate è una sacca di Italia. La mia era solo la vacanza intelligente che avevano programmato migliaia, tutti intelligenti.

Abbandonata l'idea di sapere la lingua – fecero una domanda in inglese e mi rispondevano in napoletano – cominciai a guardarmi intorno. E quello che c'era intorno, in quei primi giorni, erano i soldi. La prima illuminazione si manifestò sotto forma di ambulanza.

Harold, angelo tra Hans Crescent e Brompton Road: due ragazze venivano allontanate, una sanguinava. Si protestò per la guerra era stata una Ragante Fendi, 35 centimetri di Smeraldi Blu, a sole 350 sterline.

Si erano tirate i capelli perché non conoscevano la regola dell'utilità marginale degli acquisti. Doveva la signorina, nel caso illustrato. Costa 350 sterline? La metto 350 volte? Se la risposta è no, si lascia.

Invece le due erano arrivate alle lesioni dolose in nome di un altro principio: se un oggetto lo vuole qualcun altro oltre me, vuol dire che vale qualcosa.

di Ester Viola

Continua sul numero di ARCA in edicola

Guarda la gallery sulla mostra **SE 2016. RINASCENTE. Stories of Innovation** (catalogo Skira). Dal 24 maggio al 24 settembre, al Palazzo Reale di Milano

Testo Antonella Catena - 24 maggio 2017

CONDIVIDI

Facebook

1.585 Fans

MI PIACI

Google+

1.587 Followers

SEGUI

Twitter

1.585 Followers

SEGUI

LinkedIn

1.587 Followers

SEGUI

L'ESCLUSIVA

riperto l'attacco hackerle espone il tuo computerLa guida ecco cosa fare...

20 maggio 2017

URBIS

Attiva l'ape sociale via libera dal governo

20 maggio 2017

Alto Ronale - Pubblicità

9 maggio 2017

Fluggi: accordo mondiale con

ALTRE STORIE

IN

Investimenti: la collezione primavera estate 2017

27 maggio 2017

IN

Valutare gli affari e gli ospiti

27 maggio 2017



Cerca...

SOCIETY



A Palazzo Reale protagonista la grande azienda milanese con una mostra fotografica. Che ripercorre gli anni dei pionieri dello stile e della comunicazione.

Per i 100 anni della fondazione del grande magazzino (si chiamavano così!) il Comune di Milano|Cultura, Palazzo Reale e la Rinascente celebrano la grande azienda milanese con una mostra che racconta un secolo di storia del costume e della cultura di Milano e dell'Italia, aperta al pubblico fino al 24 settembre.

La mostra è articolata su un percorso tematico dedicato agli ambiti in cui l'azienda ha dimostrato una particolare capacità progettuale e realizzativa: la storia del Rinascimento dal 1565 ad oggi. Marcello Dudovich e la nascita della cartellonistica; cinema e video; cataloghi e house organ; la nuova comunicazione e la nuova grafica dagli anni Cinquanta in avanti; gli allestimenti e gli eventi; i nuovi consumi; il costume e la moda con la rivoluzione del prêt-à-porter; il centro design Rinascimento; la nascita del Compasso d'Oro (1954-1964); lo scenario futuro. Non si tratta di un viaggio lineare, ma di un collage di contributi, identità, persone e stimoli differenti che, stanza dopo stanza, racconta come la Ritalina sia riuscita ad offrire al grande pubblico una diversa percezione dell'arte, della cultura e del design, mettendo al centro della propria attività ricerca e innovazione attraverso la complessità della storia del XX secolo.

Grande spazio è dedicato agli artisti che furono determinanti nel creare il clima culturale dell'epoca e ai giovani collaboratori che, grazie al laboratorio formativo della Rinascente, divennero protagonisti di nuovi fronti creativi, dalla moda al design, dalla grafica alla comunicazione, dalla gestione amministrativa alla produzione industriale. Le idee rivoluzionarie dei movimenti artistici più importanti, come quelle di Gropius, Le Corbusier, Kandinsky, furono il background su cui nacquero dialoghi costruttivi con i grafici e i designer della Rinascente, che acquisirono un linguaggio nel quale si percepisce lo stretto rapporto con l'arte. Ciò spiega la presenza in molte anche di opere di grande portata di artisti dell'epoca, quali Depero, Munari, Melotti, Fontana, Soldati, Ceroli, Rotella, Warhol, Pistoletto, Manzoni e altri ancora.

Il progetto scientifico della mostra è curato da Sandrina Bandera e Maria Canella, storiche dell'arte, della società e del costume. La produzione e il lavoro di ricerca sono curate da Memoria & Progetto, associazione culturale che ha selezionato, sotto il coordinamento di Elena Puccinelli, tutti i documenti, le fotografie, i materiali grafici e gli oggetti presenti in mostra. La ricerca nasce dal portale **Rinascente Archives** dove è stato ricostruito in digitale l'archivio dell'azienda, attraverso la ricerca e la selezione delle immagini e dei documenti relativi alla storia dell'azienda, conservati negli archivi e nelle biblioteche locali e nazionali.

Gli allestimenti sono a cura di **OMA** – studio internazionale che opera nell'ambito dell'architettura e dell'urbanistica guidato da nove partner: Rem Koolhaas, Ellen van Loon, Reinier de Graaf, Shohei Shigematsu, Iyad Alsaka, David Gianotten, Chris van Duijn, Ippolito Pestellini Laparelli e Jason Long – e **AMO**, studio che si occupa di ricerca e design e applica il pensiero architettonico ad ambiti che vanno oltre l'architettura stessa.

La mostra è aperta sette giorni su sette a Palazzo Reale – Piazza Duomo Milano, dal 24 maggio al 24 settembre, con i seguenti orari:

- Condividi questo articolo

Twitter Facebook E-mail

 Mi piace Place a 1.9 mila persone. Iscriviti per vedere cosa piace ai tuoi amici



I consumi diventano cultura, una mostra racconta La Rinascente

di [Gandolfo Macchio](#) | Mag 28, 2017 | 16:54



La Rinascente è stata per l'Italia un faro di comunicazione, divulgazione dello stile, sinonimo di bellezza a tutto tondo. Quest'anno La Rinascente festeggia i 100 anni del suo nome, ideato da **Gabriele D'Annunzio** su commissione del **Senatore Borletti**, che acquistò i **grandi magazzini Bocconi** nel 1917, promuovendone la nascita. Cominciava così una **storia fatta di passione, talento e capacità** di visione.

Per celebrare l'evento, il **Comune di Milano**, insieme a **Palazzo Reale** e allo stesso department store hanno deciso di raccontare questa storia con una mostra, a cura di **Sandrina Bandera** e **Maria Canella** con il set up firmato da **OMA/AMO**, nelle sale dell'**Appartamento del Principe** al piano nobile del **Palazzo Reale** di Milano, che rimarrà aperta al pubblico fino al prossimo 24 settembre.

La mostra parte con la fondazione nel 1865 e arriva al futuro passando per gli oggetti di design premiati con il **Compasso d'oro** dal 1954 al 1964, la cartellonistica di **Marcello Dudovich**, il cinema, la comunicazione e la grafica dagli anni Cinquanta, il costume e la moda con la rivoluzione del **pret a porter**. **La Rinascente** ha chiamato i più grandi architetti, grafici e stylist a disegnare i suoi prodotti.

Grande spazio è dedicato agli artisti che furono determinanti nel creare il clima culturale dell'epoca e ai giovani collaboratori che, grazie al laboratorio formativo della **Rinascente**, divennero protagonisti di nuovi fronti creativi, dalla moda al design, dalla grafica alla comunicazione, dalla gestione amministrativa alla produzione industriale.

Fonti d'ispirazione furono gli interventi rivoluzionari dei movimenti artistici e architettonici più importanti dell'epoca, come quelli di **Gropius**, **Le Corbusier**, **Kandinsky**...

In mostra ci sono anche quadri e sculture di grandi artisti come **Depero**, **Campigli**, **Munari**, **Melotti**, **Fontana**, **Pistoletto**, **Wahrol** e **Manzoni**. La ricerca nasce dal portale **Rinascente Archives** dove è stato ricostruito in digitale l'archivio dell'azienda, attraverso la ricerca e la selezione delle immagini e dei documenti relativi alla storia dell'azienda, conservati negli archivi e nelle biblioteche locali e nazionali.

La moda vista dal backstage è ovviamente l'antitesi degli stereotipi che la popolano.

ARTICOLI



Roma, Spalletti: "Non roviniamo la festa a Totò"



Milano, il ritorno di Dumoulin a cronometro?



Autontà portuale della Sardegna: il ministro nomina Massimo Deiana



Belen Rodriguez e Andrea Iannone ancora nella bufera: le scuse del pilota

DA REDATTORI

Alitalia, cancellati 200 voli Londra, aerei ancora a terra

CHI SIAMO
LA REDAZIONE
f
t
G+
in
v
i
CERCA
LOGIN AREA CLIENTI

askanews
Venerdì 26 Maggio 2017

HOME
POLITICA
ECONOMIA
ESTERI
CRONACA
REGIONI
SPORT
CULTURA
SPETTACOLO
NUOVA EUROPA
VIDEO
ALTRE SEZIONI


SPECIALI
Cyber Affairs
Libia-Siria
G7 Taormina
Forum Economico San Pietroburgo

Home
Cultura
La Rinascente in mostra a Milano: così è nato il made in Italy

VIDEO

La Rinascente in mostra a Milano: così è nato il made in Italy

150 anni di storia attraverso opere d'arte e oggetti di design



Milano (askanews) – Una mostra per raccontare la grande bellezza “alla milanese” dove i consumi diventano cultura, attraverso le storie legate a un grande magazzino: il Palazzo Reale di Milano ospita “LR100 – Rinascente: stories of innovation”, una raccolta di opere d'arte, grafica, oggetti di design, immagini storiche dalla nascita dei grandi magazzini Bocconi alla rinascita, nel 1917, quando La Rinascente proprietà passò ai Borletti e su idea di Gabriele D'Annunzio fu scelto il nome attuale (si vede a 00.44 delle coperture). Un nome che quest'anno compie 100 anni. Maria Canella e Sandrina Bandera sono le curatrici.


“E' una storia che racconta come l'Italia, ma in fondo l'Occidente, attraverso i consumi in questi 150 anni abbia portato avanti una rivoluzione in termine di costume, immagine, grafica, architettura e stile”.


“La Rinascente arrivava a tutti, ma aveva a monte delle figure di intellettuali che dettavano il gusto e si proponevano di cambiare gli italiani, a partire dai valori che D'Annunzio ha collegato: semplice, chiaro e opportuno nell'affidare questo nome al grande magazzino”.


Si parte con la fondazione nel 1865 e si arriva agli oggetti di design iconici premiati con il Compasso d'oro dal 1954 al 1964, passando per la cartellonistica con Marcello Dudovich, il cinema, la comunicazione e la grafica dagli anni Cinquanta, il costume e la moda con la rivoluzione del prêt à porter: La Rinascente ha chiamato i più grandi architetti, grafici e stylist a disegnare i suoi prodotti.


“Il protagonista non è l'artista ma Milano e l'Italia che nel Novecento diventano patria del bello, la storia racconta la nascita del made in Italy”.


In mostra ci sono anche quadri e sculture di grandi artisti come Depero, Campigli, Munari, Melotti, Fontana, Pistoletto, Wahren e Manzoni. “Ci collegano con quel mondo della cultura che ruotava attorno e che, rappresentata ed esposta in questo modo diventa popular, pop, per tutti. Rotella con i suoi scotch bianchi con cui quasi violentava i manifesti ha recuperato un manifesto Rinascente Duomo, ha cancellato il possibile ma non la bellezza del volto che era la vera protagonista del manifesto”.



Consiglio Regionale
TG Web Lombardia

VIDEO

New York restituisce all'Italia preziosi pezzi di antiquariato


Con MD Codes arriva una rivoluzione nella medicina estetica


Canovi (MoneyGram) Imprenditori immigrati valore per l'Italia


L'ex premier greco Papademos ferito in un'esplosione



ТЕМЫ

МОДА

КРАСОТА

КУЛЬТУРА

НОВОСТИ

КАРЬЕРА

ШОПИНГ

THE BLUEPRINT X SEBASTIAN


👁

🔍

РЕКЛАМА

22 МАЯ 12:00

Миланский универмаг La Rinascente отпразднует столетие



В честь векового юбилея легендарный универмаг La Rinascente организует выставку «Столетие La Rinascente. История развития» в миланском Королевском Дворце. Она откроется уже завтра и будет работать до 25 сентября. Небольшой экскурс в историю La Rinascente: универмаг был основан в 1865 году братьями Боккони, но в 1917 году его выкупил сенатор Борлетти, а название дал итальянский поэт и драматург Габриэле Д'Аннунцио. La Rinascente известен сотрудничеством с известными дизайнерами и художниками, например, в начале своей карьеры Джорджо Армани оформлял витрины для универмага.

ПОДПИСАТЬСЯ НА РАССЫЛКУ

Архитектор Норман Фостер курирует масштабную выставку Cartier in Motion в Лондоне

Рианна и Лупита Ньонго получили главные роли в новом проекте Netflix

В сети появилась вымышленная коллаборация Рафа Симонса и Вирджила Абло

Миланский универмаг La Rinascente отпразднует столетие

В чем Пиппа Миддлтон вышла замуж за Джеймса Мэтьюса?

Объявлен список финалистов премии ANDAM

Маноло Бланик, Шарлотт Олмистия и Мари Катранзу создали свои вариации обуви Navajanas

Работа Жан-Мишеля Баскин была продана за рекордные 110 миллионов долларов

A\$AP Rocky посвятил песню Рафу Симону

Viberry оценились о финансовых результатах за год

Contatti



CASA | FINANZA | INTRATTENIMENTO | TECNOLOGIA | SPORTIVO | INTERNAZIONALE | MEDICINA | ITALIA

SOLONEWS / Finanza / Rinascente, una mostra a Palazzo Reale per celebrare i 100 di design

Lunedì, 29 Mag 2017

Rinascente, una mostra a Palazzo Reale per celebrare i 100 di design

Lavinia Andreano | 28 Mag 2017, 04:50



Cent'anni di Rinascente

In mostra '100 anni di Rinascente', un secolo di design

Lo farà attraverso una mostra organizzata in collaborazione con il Comune di Milano, Assessorato alla Cultura, e Rinascente stessa che aprirà il 26 maggio 2017. Un nome che quest'anno compie 100 anni.



La Rinascente è stata per l'Italia un faro di comunicazione, divulgazione dello stile, sinonimo di bellezza a tutto tondo.

E' il ritratto della Rinascente tracciato dalla mostra che apre il 24 maggio a Milano, a Palazzo Reale, in occasione dei festeggiamenti per i 100 anni del nome ideato da Gabriele D'Annunzio su commissione di Senatore Borletti, che acquistò i grandi magazzini Bocconi nel 1917, promuovendone la rinascita. Cominciava così una storia fatta di passione, talento e capacità di visione.

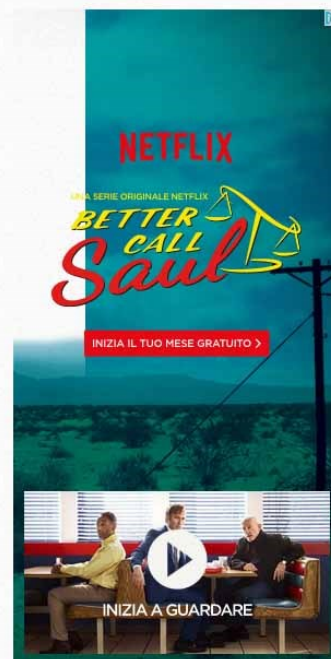
La mostra è articolata su un percorso tematico dedicato agli ambiti in cui l'azienda ha dimostrato una particolare capacità progettuale e realizzativa: la storia della Rinascente dal 1865 ad oggi; Marcello Dudovich e la nascita della cartellonistica; cinema e video; cataloghi e house organ; la nuova comunicazione e la nuova grafica dagli anni Cinquanta in avanti; gli allestimenti e gli eventi; i nuovi consumi; il costume e la moda con la rivoluzione del prêt-à-porter; il centro

design Rinascente; la nascita del Compasso d'oro (1954-1964); lo scenario futuro.

Sin dalle sue origini, la Rinascente si caratterizzò come laboratorio dove sperimentare le novità che provenivano dal resto d'Europa. "La Rinascente arrivava a tutti, ma aveva a monte delle figure di intellettuali che dettavano il gusto e si proponevano di cambiare gli italiani, a partire dai valori che D'Annunzio ha collegato: semplice, chiaro e opportuno nell'affidare questo nome al grande magazzino" ha aggiunto l'altra curatrice Sandrina Bandera, anche lei storica dell'arte, della società e del costume.

Fonti d'ispirazione furono gli interventi rivoluzionari dei movimenti artistici e architettonici più importanti dell'epoca, come quelli di Gropius, Le Corbusier, Kandinsky...

Curato dallo studio OMA/AMO, l'allestimento si snoda in 11 stanze che rispecchiano la varietà espositiva tipica dei grandi magazzini, passando dalla moda al design, con opere di Depero, Munari, Melotti, Fontana, Soldati, Rotella, Warhol, Pistoletto, Manzoni.



SOCIAL NETWORKS



Golden Backstage



HOME PAGE

ABOUT GB

CONTACT INFORMATION

COPYRIGHT

DISCLAIMER



Primo piano



Perla For Women sostiene le donne vittime di violenza
Terza edizione di Perla For Women, iniziativa di responsabilità sociale presentata questa mattina a Milano da Malte Turk, direttore ma...



Musica, scienza e grandi ospiti al Wired Next Fest di Milano
Dal 26 al 28 maggio prossimi i Giardini Indro Montanelli di Milano ospiteranno la quinta edizione di Wired Next Fest, evento annuale dedic...



Bosch sponsorizza il game show culinario Cuochi e Fiamme
Rosanna Marziale Bosch è main sponsor, con i suoi elettrodomestici, della nona edizione dello show culinario Cuochi e Fiamme...



La Notte Celeste 2017 avrà per tema 'Ritmo stellare'
I centri termali resteranno aperti fino a tardi il prossimo 17 giugno si celebrerà in tutta l'Emilia Romagna la sesta edizione de La...



I Sorbetti di Bottega Verde rendono energetica e cool l'estate
Il primer spray fissa il make up e idrata l'anelito porta-smalto in silicone Mattioni ombretto Ice Shadow con olio di cocco da...

Chi abbiamo incontrato



Fai clic per attivare Adobe Flash Player

Corona si allea con 'Parley for the Oceans' per gli oceani



Sorbetti, che passione



martedì 23 maggio 2017

A Milano una mostra sui 100 anni del nome della Rinascente



Collage, identità, persone: il **Comune di Milano** Cultura, **Palazzo Reale** e la **Rinascente** celebrano i 100 anni del **nome** della grande azienda milanese con una **mostra** aperta da domani al 24 settembre.

Il nome **'La Rinascente'** fu ideato un secolo fa da Gabriele D'Annunzio su commissione di Senatore Borletti, che acquistò i **grandi magazzini Bocconi** nel 1917, promuovendone la rinascita. Un percorso tematico dedicato agli ambiti in cui l'azienda ha dimostrato una particolare capacità progettuale e realizzativa: la storia della **Rinascente** dal 1865 a oggi; Marcello Dudovich e la cartellonistica; cinema e video; cataloghi e house organ; la nuova comunicazione e la grafica dagli anni Cinquanta; gli allestimenti e gli eventi; i consumi; il costume e la moda con la rivoluzione



In mostra anche opere di grandi artisti, tra cui Depero, Munari, Fontana




La mostra è aperta al pubblico fino al prossimo 24 settembre

percepisce lo stretto rapporto con l'arte. Questo spiega la presenza in mostra anche di opere di grande portata di **artisti dell'epoca**, tra cui **Depero**, **Munari**, **Melotti**, **Fontana**, **Soldati**, **Ceroli**, **Rotella**, **Warhol**, **Pistoletto**, **Manzoni**. Il progetto scientifico della mostra è curato dalle storiche **Sandrina Bandera** e **Maria Canelia**. La produzione e il lavoro di ricerca si devono a **Memoria & Progetto**, associazione culturale che ha selezionato, sotto il coordinamento di **Elena Puccinelli**, tutti i documenti, le fotografie, i materiali grafici e gli oggetti presenti. La ricerca nasce dal portale **Rinascente Archives** dov'è stato ricostruito in digitale l'archivio dell'azienda, attraverso la ricerca e la selezione delle immagini e dei documenti relativi alla storia dell'azienda (oggi guidata dal ceo **Pierluigi Cocchini**) conservati negli archivi e nelle biblioteche locali e nazionali. Gli allestimenti sono a cura dello studio **Oma**, operante nell'architettura e nell'urbanistica, e **Amo**, studio che si occupa di ricerca e design.

del prêt-à-porter, il centro design **Rinascente**; la nascita del **Compasso d'oro** (1954-1964); lo scenario futuro. Grande spazio è dedicato agli **artisti** che furono determinanti nel creare il clima culturale dell'epoca e ai giovani collaboratori che, grazie al laboratorio formativo della Rinascente, divennero protagonisti di nuovi fronti creativi, dalla moda al **design**, dalla grafica alla comunicazione, dalla gestione amministrativa alla produzione industriale. Le idee rivoluzionarie dei **movimenti artistici** più importanti, come quelle di **Gropius**, **Le Corbusier**, **Kandinsky**, furono il background su cui nacquero dialoghi costruttivi con i grafici e i designer della Rinascente, che acquisirono un linguaggio nel quale si

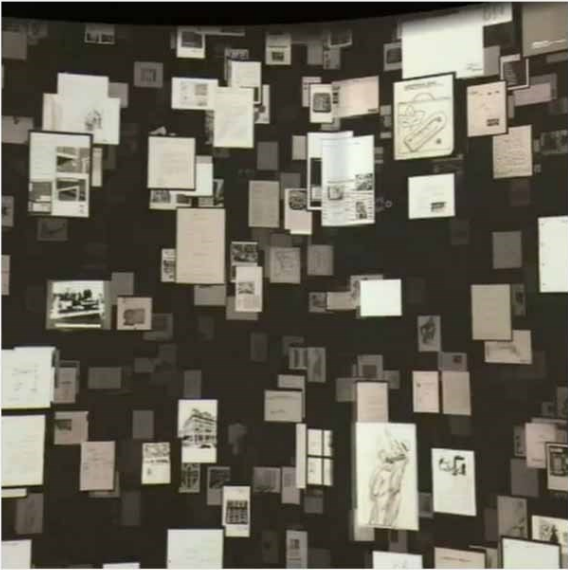



Pierluigi Cocchini

 Instagram

Scarica l'applicazione



Accedi



 vanityfairitalia
Palazzo Reale Milano

Segui

vanityfairitalia @larinascente compie #100anni di storia, design, moda, #milano @palazzorealemilano #rinascence100 mariella.finizola 📷📷ottimo📷📷 carolinacanetti 📷📷📷📷 gioggitronci_ @clara.tronci madeforlala Nice! ghita_lucariello Peccato che a Napoli non ci sia più... @larinascente

Visualizzazioni: 3.129

14 ORE FA

Accedi per mettere "Mi piace" o commentare.

...

INFORMAZIONI ASSISTENZA BLOG STAMPA API LAVORA CON NOI PRIVACY CONDIZIONI DIRECTORY LINGUA

© 2017 INSTAGRAM



Scarica l'applicazione

Accedi



 **elledecoritalia**
Palazzo Reale Milano

Segui


elledecoritalia La Rinascente festeggia i cento anni del suo nome con una mostra-racconto a Palazzo Reale #elledecoritaliaive #rinascen100 #larinascente #exhibition #milano
d.coute Quanto durerà la mostra?!
equatorproduction nice skirt
elledecoritalia @d.coute fino al 24 settembre
d.coute @elledecoritalia benel Così magari riesco ad andarci



Piace a 203 persone


1 GIORNO FA


Accedi per mettere "Mi piace" o commentare.

 Instagram

Scarica l'applicazione



Accedi



 amicamagazine
Palazzo Reale Milano

Segui

amicamagazine La Rinascente #exposition
#old boots #dolomie #1957 #milano
tanja_schrei Nice 🍷
alfierijeweldesign 🍷🍷🍷🍷🍷🍷🍷

Piace a 76 persone


15 ORE FA

Accedi per mettere "Mi piace" o commentare.

...


INFORMAZIONI ASSISTENZA BLOG STAMPA API LAVORA CON NOI PRIVACY CONDIZIONI DIRECTORY LINGUA


© 2017 INSTAGRAM

 Instagram

Scarica l'applicazione

Accedi







paolabottelli

Palazzo Reale Milano

Segui

paolabottelli #rinascente100 #milano
real.miki Wawwww
sylvie95chouchou Buona serata @paolabottelli
alicecarli81 Mi ha fatto super piacere vederti sei in formissima!
paolabottelli Merci!! @alicecarli81



Visualizzazioni: 305

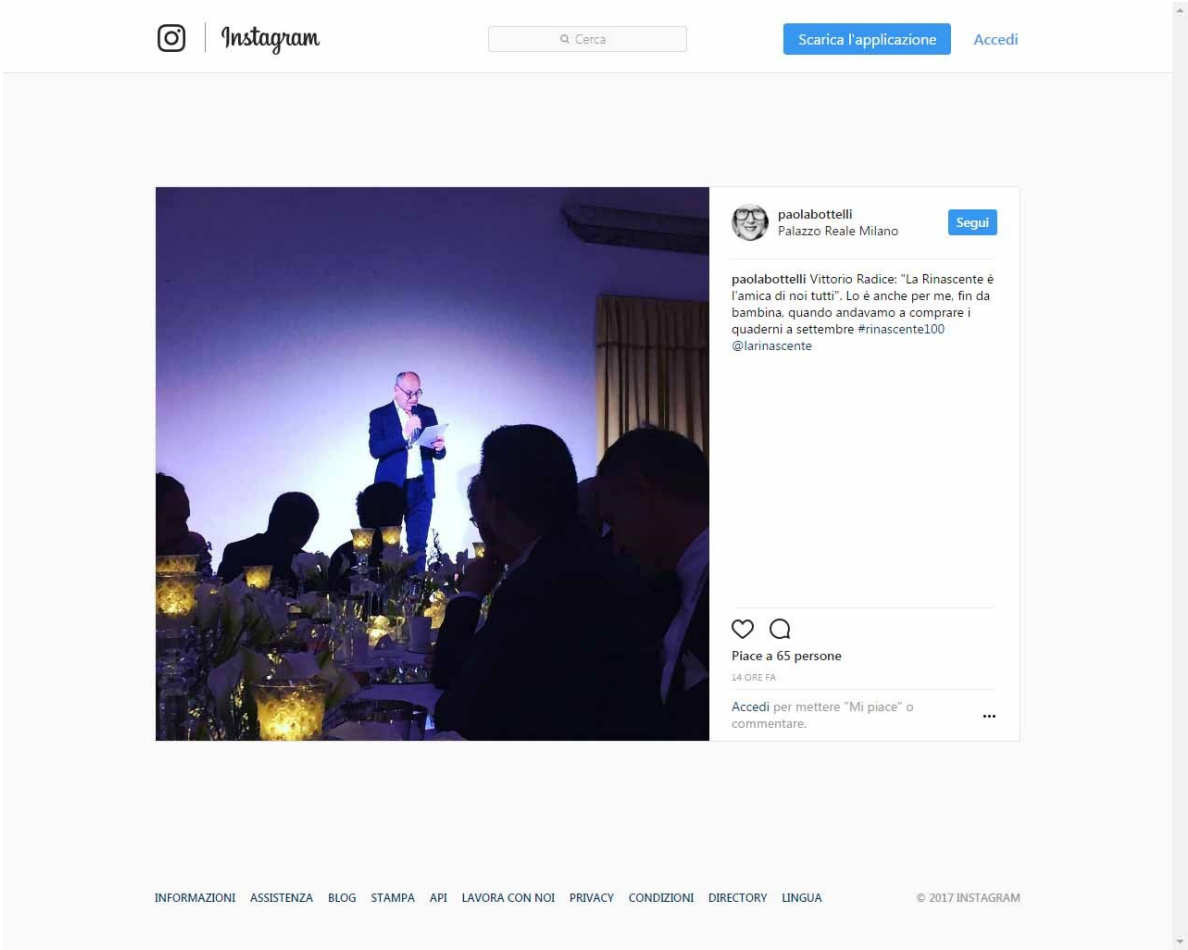
14 ORE FA


Accedi per mettere "Mi piace" o commentare.

...

INFORMAZIONI ASSISTENZA BLOG STAMPA API LAVORA CON NOI PRIVACY CONDIZIONI DIRECTORY LINGUA


© 2017 INSTAGRAM




 | **Instagram**

[Scarica l'applicazione](#)

[Accedi](#)







paolabottelli
Palazzo Reale Milano

[Segui](#)

paolabottelli #rinascente100 @larinascente



Piace a 82 persone

12 ORE FA

Accedi per mettere "Mi piace" o commentare.

...

INFORMAZIONI ASSISTENZA BLOG STAMPA API LAVORA CON NOI PRIVACY CONDIZIONI DIRECTORY LINGUA

© 2017 INSTAGRAM



 **paolabottelli**
Palazzo Reale Milano

Segui


paolabottelli Innovazione d'antan: ogni 100 lire spese, un libretto di risparmio che eroga interessi cash #rinascente100 @larinascente viaromabijoux Fantastici♥

♡ 🔍

Piace a 67 persone


1 GIORNO FA


Accedi per mettere "Mi piace" o commentare.

 Instagram

Scarica l'applicazione



Accedi



 monicacuretti

Segui

monicacuretti Gioia Likes @larinascete
#palazzoreale #greatdinner @carlocracco_
#preview #exhibitiontovisit #rinascete100

Visualizzazioni: 209


20 ORE FA

Accedi per mettere "Mi piace" o commentare.

...


INFORMAZIONI ASSISTENZA BLOG STAMPA API LAVORA CON NOI PRIVACY CONDIZIONI DIRECTORY LINGUA


© 2017 INSTAGRAM

 Instagram

[Scarica l'applicazione](#)

[Accedi](#)



 missoni

[Segui](#)



missoni Details of #Missoni's display at #Rinascence100, the exhibition in celebration of @larinascence's 100th birthday. Discover more about #Missoni and @larinascence on Missoni.com or through link in bio!

marekindukestreet 🍷

xxprint 📷

matteo.airoldi 🍷🍷🍷

vinc_ent 🍷



Piace a 1.321 persone

1 GIORNO FA

Accedi per mettere "Mi piace" o commentare.

...

INFORMAZIONI ASSISTENZA BLOG STAMPA API LAVORA CON NOI PRIVACY CONDIZIONI DIRECTORY LINGUA

© 2017 INSTAGRAM



Scarica l'applicazione

Accedi



missoni

Segui

missoni The blindfolded mannequins on display at #LaRinascente100 are a direct reference to the original display for Milano Sympathy. #Missoni's first capsule collection for the Milanese department store, which turns 100 this year. Learn more on [Missoni.com](#) or through link in bio!

xaviercivera 🐼

sarah_rich_harrison All fabulous!

shop_galerie46_com 📧


fatoudw ❤️😊



Piace a 1.696 persone


19 ORE FA


Accedi per mettere "Mi piace" o commentare.

 | **Instagram**

[Scarica l'applicazione](#)

[Accedi](#)



 **missoni**

[Segui](#)

missoni #Missoni celebrates #Rinascente100 by revisiting the nascent maison's first collection for @larinascente, way back in 1958. These shirt-dresses will be on show at Milan's Palazzo Reale until 24 September 2017. Learn more on Missoni.com or through link in bio!

teresa_sapey_studio Complimentii

willstowe20 Ninja Turtles



giggst85 @willstowe20 hahaha! I was just going to say the same thing. Are @missoni secret fans? 🙄🙄

streetstylecrush 🙄🙄🙄🙄

almercatein 😂😂😂😂

xxprint 🙄

fatourlw 🙄🙄🙄🙄🙄




Place a 3.225 persone

1 GIORNO FA

Accedi per mettere "Mi piace" o commentare.


INFORMAZIONI ASSISTENZA BLOG STAMPA API LAVORA CON NOI PRIVACY CONDIZIONI DIRECTORY LINGUA

© 2017 INSTAGRAM


 Instagram

Scarica l'applicazione

Accedi





A black and white photograph of a museum display. In the foreground, a large black cube features the year '1954' in white. Behind it, a portrait of Bruno Munari is visible. To the left, there are abstract sculptures, including one with a figure in a dynamic pose.

 yutakurimoto
Palazzo Reale Milano

Segui

yutakurimoto Bruno Munari Zizi #littlemoney
#zizi #compassodoro #brunomunari
#rinascente #Rinascente100 #milano
@larinascente



Piace a 20 persone


17 ORE FA

Accedi per mettere "Mi piace" o commentare.

...


INFORMAZIONI ASSISTENZA BLOG STAMPA API LAVORA CON NOI PRIVACY CONDIZIONI DIRECTORY LINGUA


© 2017 INSTAGRAM

 Instagram

[Scarica l'applicazione](#)



[Accedi](#)



 **yutakurimoto**
Palazzo Reale Milano

[Segui](#)

yutakurimoto Geometry of panties
#underwear #illustration #rinascente
#Rinascente100 @larinascente @oma.eu

Piace a 12 persone


16 ORE FA

Accedi per mettere "Mi piace" o commentare.

...


INFORMAZIONI ASSISTENZA BLOG STAMPA API LAVORA CON NOI PRIVACY CONDIZIONI DIRECTORY LINGUA


© 2017 INSTAGRAM

 | Instagram

[Scarica l'applicazione](#)

[Accedi](#)







yutakurimoto

Palazzo Reale Milano

Segui

yutakurimoto Manifesti #posters #rinascence
#Rinascence100 #milano @larinascence
@oma.eu



Piace a 20 persone

16 ORE FA

Accedi per mettere "Mi piace" o commentare.

...

INFORMAZIONI ASSISTENZA BLOG STAMPA API LAVORA CON NOI PRIVACY CONDIZIONI DIRECTORY LINGUA

© 2017 INSTAGRAM

facebook

iscriviti

E-mail o telefono

Password

Accedi

Non ricordi più come accedere all'account?

ELLE

Elle.it

ieri alle 4:19 ·

Chi non ama La Rinascente?! ❤️

La Rinascente compie 100 anni (da quando Gabriele D'Annunzio ne coniò il nome...)

Un secolo di storia, celebrato con due mostre speciali. E festeggiato da Elle con ricordi di donne milanesi di nascita e d'adozione

ELLE.IT

Piace a 29 persone · 1 commento · Condivisioni: 3

Condividi

Italiano · English (US) · Română · Español · Português (Brasil)

+

Privacy · Condizioni · Pubblicità · Scegli tu! · Cookie · Altro · Facebook © 2017

facebook

Iscriviti

E-mail o telefono

Password

Accedi

Non ricordi più come accedere all'account?



Vanity Fair Italia

19 ore fa · 🌐

Da piccola bottega nel cuore di Milano a primo grande magazzino del lusso italiano. La storia de LaRinascente è in mostra, dal 24 maggio, a Palazzo Reale

#laRinascenteMag #Rinascente100



LR100. Rinascente. Stories of innovation - La Rinascente Magazine

Una mostra a Palazzo Reale celebra il primo secolo di vita del nome Rinascente

HTTP://FAL.CN/UJJOI

Piace a 22 persone · 1 commento · Condivisione: 1

Condividi

Italiano · English (US) · Română · Español · Português (Brasil)

+

Privacy · Condizioni · Pubblicità · Scegli tu! · Cookie · Altro

Facebook © 2017

facebook

Iscriviti

E-mail o telefono

Password

Accedi

Non ricordi più come accedere all'account?

MF

MF Fashion

22 maggio alle ore 23:29 · €

La Rinascente compie 100 anni. E li celebra con l'opening di Roma e una retrospettiva al Palazzo Reale Milano.



MFFashion.com - La Rinascente a 100 anni si regala un mega store a Roma

Una mostra a Palazzo Reale a Milano, in scena da domani fino al 24 settembre, ripercorrerà la storia del department store lombardo controllato da Crc-Central...

MFFASHION.COM

Piace a 38 persone · 1 commento · Condivisioni: 13

Condividi

Italiano · English (US) · Română · Español · Português (Brasil)

+

Privacy · Condizioni · Pubblicità · Scegli tu! >

Cookie · Altro >

Facebook © 2017

facebook

Iscriviti

E-mail o telefono

Password

Accedi

Non ricordi più come accedere all'account?

Living

Living Corriere

Ieri alle 1:30 · 🌐

LaRinascente di Milano compie 100 anni. E un posto che ha attraversato un secolo ha un sacco di storie da raccontare...



La Rinascente. Ieri, oggi, domani - Living Corriere

100 anni nel nome della Rinascente. Dal 24 maggio al 24 settembre Milano celebra un secolo di storia dei grandi magazzini più eleganti d'Italia. ...

LIVING.CORRIERE.IT

Piace a 138 persone · 1 commento · Condivisioni: 21

Condividi

Italiano · English (US) · Română · Español · Português (Brasil)

+

Privacy · Condizioni · Pubblicità · Scegli tu! · Cookie · Altro

Facebook © 2017

facebook

iscriviti

E-mail o telefono

password

Accedi

Non ricordi più come accedere all'account?



I

Interni Magazine ha aggiunto 4 nuove foto.
21 ore fa · €

LR100 - Rinascente - Stories of Innovation

Il Comune di Milano | Cultura, Palazzo Reale e LaRinascente celebrano i 100 anni del nome della grande azienda milanese, con una mostra che racconta un secolo di storia del costume e della cultura di Milano e dell'Italia.

Palazzo Reale Milano
dal 24 maggio al 24 settembre
#Rinascente100
<http://www.internimagazine.it/?p=145107>



Place a 3 persone

Italiano · English (US) · Română · Español · Português (Brasil)

+

Privacy · Condizioni · Pubblicità · Scegli tu! · Cookie · Altro · Facebook © 2017

facebook

iscriviti

E-mail o telefono

Password

Accedi

Non ricordi più come accedere all'account?

I

Interni Magazine

27 maggio alle ore 8:00 · 🌐

Il Comune di Milano | Cultura, Palazzo Reale e la Rinascente celebrano i 100 anni del nome della grande azienda milanese, con una mostra che racconta un secolo di storia del costume e della cultura di Milano e dell'Italia.

Palazzo Reale, Milano
fino al 24 settembre



LR100 - Rinascente - Stories of Innovation - Interni Magazine

Interni Magazine - Quest'anno la Rinascente festeggia i 100 anni del suo nome, ideato da Gabriele D'Annunzio su commissione di Senatore Borletti, che...

INTERNIMAGAZINE.IT

Place a 4 persone

Condividi

Italiano · English (US) · Română · Español · Português (Brasil) +

Privacy · Condizioni · Pubblicità · Scegli tut (>) · Cookie · Altro +

Facebook © 2017

facebook

iscriviti

E-mail o telefono

Password

Accedi

Non ricordi più come accedere all'account?


A

abitare

22 ore fa · €

#Architettura #Design

LaRinascente (© Gabriele D'Annunzio) di Milano compie cent'anni. Un secolo fa ha cambiato i modelli di vendita in Italia mutuando l'esperienza dei grandi magazzini francesi che esponevano la merce sugli scaffali a prezzo fisso. Due mostre per celebrare l'anniversario: "LR100. Rinascente. Stories of Innovation" a Palazzo Reale Milano (da domani al 24 settembre) e "Objets trouvés – Archivi per un grande magazzino" allo Centro Studi e Archivio della Comunicazione - CSAC dell'Università di Parma (fino al 30 ottobre). Nella foto, il manifesta di Marcello Dudovich per le novità di stagione del 1928 (Archivio IR Manifesti).



Place a 45 persone Condivisioni: 12

Italiano · English (US) · Română · Español · Português (Brasil)

+

Privacy · Condizioni · Pubblicità · Scegli tu! · Cookie · Altro · Facebook © 2017

facebook

iscriviti

E-mail o telefono

password

Accedi

Non ricordi più come accedere all'account?

MUSE

MUSE Magazine

23 ore fa · 🌐

Exploring and celebrating the authentic Milanese avant-garde: R100 by LaRinascnte and Palazzo Reale Milano bit.ly/2r77rqd #exhibition #MUSEdigital



Place a 12 persone

Italiano · English (US) · Română · Español · Português (Brasil)

+

Privacy · Condizioni · Pubblicità · Scegli tu! >

Cookie · Altro ·

Facebook © 2017

facebook

Iscriviti

E-mail o telefono

Password

Accedi

Non ricordi più come accedere all'account?



Cose Belle d'Italia

22 maggio alle ore 4:31 · 🌐

Palazzo Reale Milano celebra LaRinascnte e i 100 anni del suo nome, ideato da Gabriele D'Annunzio, con la mostra R100 - La Rinascnte Stories of Innovation.



Mostra La Rinascnte 100 anni (1917-2017) - Palazzo Reale Milano - Arte.it

Scopri tutte le informazioni sulla mostra R100 - La Rinascnte Stories of Innovation.

ARTE.IT

Place a 5 persone

Condivisioni: 2

Condividi

Italiano · English (US) · Română · Español · Português (Brasil)

+

Privacy · Condizioni · Pubblicità · Scegli tu! >>

Cookie · Altro +

Facebook © 2017

facebook

Iscriviti

E-mail o telefono

Password

Accedi

Non ricordi più come accedere all'account?

Missoni

23 ore fa · 🌐

La Rinascente turns 100! We celebrate this special anniversary with a revisitation of Missoni's 1958 capsule collection for the Milanese department store. These striped shirt-dresses will be on show Milan's Palazzo Reale from 24 May to 24 September, as part of the exhibition "LR100. La Rinascente Stories of Innovation" More to follow!



Place a 105 persone · 2 commenti · Condivisioni: 2

Italiano · English (US) · Română · Español · Português (Brasil)

+

Privacy · Condizioni · Pubblicità · Scegli tutti

Cookie · Altro

Facebook © 2017

facebook

iscriviti

E-mail o telefono

Password

Accedi

Non ricordi più come accedere all'account?

BeautyBiz

23 ore fa · €

Una mostra a Milano per festeggiare i 100 anni del nome la Rinascente

la Rinascente: una mostra per i 100 anni del nome

A Palazzo Reale di Milano fino al 24 settembre il pubblico potrà scoprire come il department store a partire dai primi del Novecento abbia scritto un capitolo importante nella storia del costume e della... BEAUTYBIZ.IT

Place a 11 persone

Condividi

Italiano · English (US) · Română · Español · Português (Brasil)

+

Privacy · Condizioni · Pubblicità · Scegli tutti

Cookie · Altro

Facebook © 2017

facebook

Iscriviti

E-mail o telefono

Password

Accedi

Non ricordi più come accedere all'account?

CasaFacile

Ieri alle 1.00 · €

La Rinascente festeggia i 100 anni e a Palazzo Reale a Milano una mostra racconta la sua storia tra opere d'arte, grafica, oggetti di design, immagini storiche!



100 anni di Rinascente a Palazzo Reale:
Dal 24 maggio e per tutta l'estate, una mostra a Milano celebra i più famosi grandi magazzini italiani

CASAFACILE.IT

Piace a 16 persone · Condivisioni: 4

Condividi

Italiano · English (US) · Română · Español · Português (Brasil)

Privacy · Condizioni · Pubblicità · Scegli tutti · Cookie · Altro · Facebook © 2017

Home
 Chi siamo

Cerca su Twitter

Hai un account? Accedi

Vogue Italia

 @vogue_italia

Da oggi a Palazzo Reale di Milano la mostra dedicata a @laRinascnte: LR100 — Rinascente. Stories of Innovation
ow.ly/QMjg30bZOHj

RETWEET

 3

MI PIACE

 10

05:30 - 24 mag 2017

3
 10

Vogue Italia

 @vogue_italia

 This is the official Twitter of Vogue Italia / Quality is our Business Plan #CONDENASTQUALITY

vogue.it

 Iscritto a marzo 2010

© 2017 Twitter Chi siamo Centro assistenza Termini Informativa sulla privacy Cookie Informazioni sugli annunci

Home

Chi siamo

Cerca su Twitter

Hai un account? Accedi

ELLE

Elle Italia

@Elle_Italia

Il tempo libero on line non è mai stato così divertente - [elle.it](#)

[elle.it](#)

Iscritto a aprile 2009

ELLE

Elle Italia

@Elle_Italia

Segui

Chi non ama La Rinascente?! <3

La Rinascente compie 100 anni (da quando Gabriele D'Annunzio ne coniò il...)

Un secolo di storia, celebrato con due mostre speciali. E festeggiato da Elle con ricordi di donne milanesi di nascita e d'adozione

[elle.it](#)

04:19 - 29 mag 2017

© 2017 Twitter

Chi siamo

Centro assistenza

Termini

Informativa sulla privacy

Cookie

Informazioni sugli annunci

Home

Chi siamo

Cerca su Twitter

Hai un account? Accedi

ELLE

Elle Italia

@Elle_Italia

Il tempo libero on line non è mai stato così divertente - elle.it

elle.it


Iscritto a aprile 2009

ELLE Italia

@Elle_Italia

Segui

Chi non ama La Rinascente?! <3



La Rinascente compie 100 anni (da quando Gabriele D'Annunzio ne coniò il...

Un secolo di storia, celebrato con due mostre speciali. E festeggiato da Elle con ricordi di donne milanesi di nascita e d'adozione

elle.it

04:19 - 29 mag 2017

© 2017 Twitter

Chi siamo

Centro assistenza

Termini

Informativa sulla privacy

Cookie

Informazioni sugli annunci

Home

Chi siamo

Cerca su Twitter

Hai un account? Accedi

VF

Vanity Fair Italia

@VanityFairIt

Segui

La storia del lusso a Milano diventa una mostra, dal 24 maggio > fal.cn/ujZO
[@laRinascente](https://twitter.com/laRinascente) [#laRinascenteMag](https://twitter.com/laRinascenteMag)
[#Rinascente100](https://twitter.com/Rinascente100)



RETWEET 4

MI PIACE 4

1

07:15 - 22 mag 2017

© 2017 Twitter

Chi siamo

Centro assistenza

Termini

Informativa sulla privacy

Cookie

Informazioni sugli annunci

Home

Chi siamo

Cerca su Twitter

Q

Hai un account? Accedi


MUSE

MUSE Magazine

@MUSE_Mag

Segui

Exploring and celebrating the authentic Milanese avant-garde: R100 by @laRinascente and #PalazzoReale bit.ly/2rf7rqd #exhibition



01:12 - 30 mag 2017

MUSE

MUSE Magazine

@MUSE_Mag

MUSE is what's going on and what will be next. A constant search for the ultimate expressions of beauty.

Milan / NYC

musemagazine.it

Iscritto a settembre 2010

© 2017 Twitter

Chi siamo

Centro assistenza

Termini

Informativa sulla privacy

Cookie

Informazioni sugli annunci

© 2017 Twitter Chi siamo Centro assistenza Termini Informativa sulla privacy Cookie
Informazioni sugli annunci

Home

Chi siamo

Cerca su Twitter


Hai un account? Accedi

Missoni

@Missoni


Segui

We celebrate **#Rinascente100** with the story of **#Missoni's** first collection for **@laRinascente**. Read it here: bit.ly/LaRinascente10...



RETWEET 9

MI PIACE 16



04:26 - 26 mag 2017

1

9

16

FV Magazine

@FVMagNYC

26 mag

In risposta a **@Missoni** e **@laRinascente**

Very nice setup!!!

1

© 2017 Twitter

Chi siamo

Centro assistenza

Termini

Informativa sulla privacy

Cookie


Informazioni sugli annunci

Home

Chi siamo

Cerca su Twitter

Hai un account? Accedi



Caterina Di Iorgi


@Caterinadiorgi

Journalist and Blogger, Web Editor and Social Media Consulting Marketing Content Strategy

Milan

[instagram.com/caterinadiorgi](#)

Iscritto a marzo 2007



Caterina Di Iorgi

@Caterinadiorgi

Segui

La Rinascente Fetes 100th Anniversary With Gala Dinner [dlvr.it/PD1qR8](#)

08:26 - 23 mag 2017

© 2017 Twitter

Chi siamo

Centro assistenza

Termini

Informativa sulla privacy

Cookie

Informazioni sugli annunci