

## arte d'oggi + estetica industriale

anno III - aprile - maggio 1952 - milano viale liguria 18 - tel. 351603 - c/c post. n. 3-34137 - spediz. in abb. post. III gr.

Per contribuire ad una sempre più vasta possibilità di sviluppo dell'attività artistica, è stata indetta ed organizzata alla XXX Fiera di Milano la I<sup>a</sup> Mostra delle Arti e dell'Estetica Industriale.

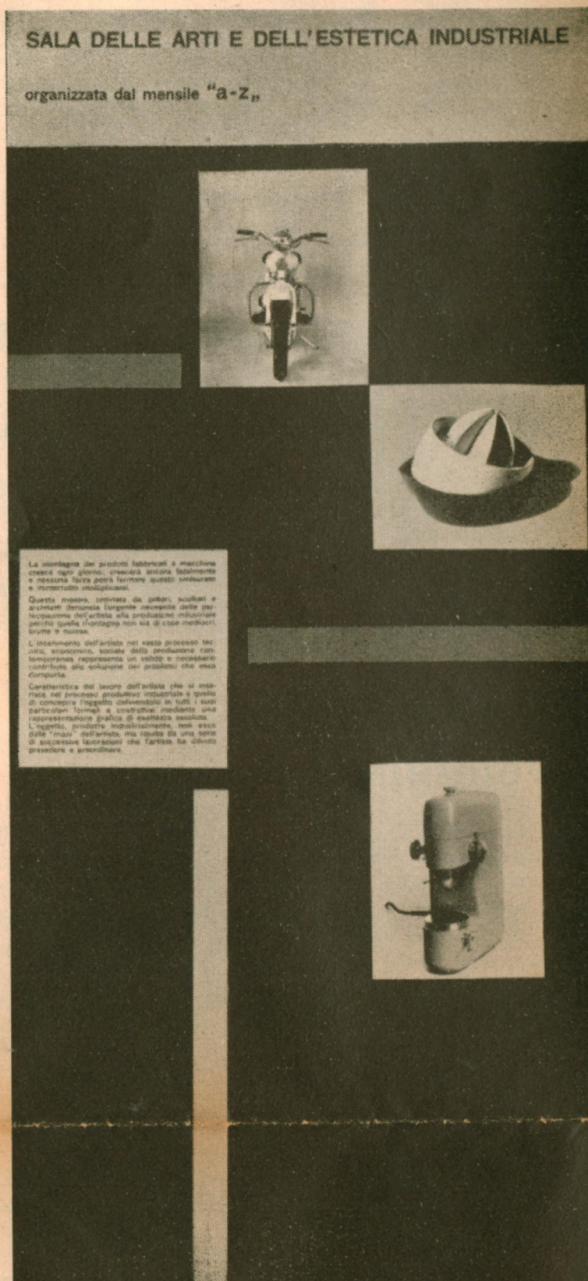
Questa rassegna che sarà ripetuta ogni anno, nasce per realizzare un nuovo principio di diffusione, di valutazione e di sviluppo dei prodotti dell'attività artistica, dimostrando la necessità ormai inderogabile dell'intervento dell'artista nella soluzione di tutti i problemi che presuppongono una forma ed un colore.

L'utilità dell'industria di riconoscere l'importanza della forma e del colore in tutti i suoi aspetti estetico-funzionali, sia per i luoghi di lavoro (arredamento industriale) sia per i propri prodotti coincide con quella dell'artista di ristabilire con la società quel contatto effettivo, continuo ed esteso che è fra le ragioni di essere dell'arte.

L'iniziativa tende infine a determinare un punto d'incontro tra le diverse categorie di interessati alle arti visive ed all'estetica industriale per diffondere ed esaltare il principio estetico in ogni possibile applicazione e contribuire alla formazione di un gusto consono alle caratteristiche del nostro tempo.

In questa prima mostra, cui hanno collaborato pittori, scultori e architetti: Mario Ballocco, Attilio Mariani, Carlo Perogalli, Alberto Rosselli, Ettore Sottsass jr., Albe Steiner, Amerigo Tot, Marco Zanuso e la Dott.ssa Liliana Balzaretto, «a-z» ha presentato, oltre a pitture e sculture a dimostrazione dei rapporti tra arte e industria, disegni di estetica industriale, prodotti industriali di particolare interesse estetico, creazioni pubblicitarie.

Hanno partecipato con loro opere i pittori: Giacomo Balla, Gino Severini, Atanasio Soldati, Manlio Rho, Luigi Veronesi, Mattia Moreni, Bruno Munari; gli scultori: Regina e Tot. Hanno esposto loro prodotti: la Soc. Ing. C. Olivetti & C., la Soc. F.lli Borletti, la Società del Linoleum, la Società Pirelli Sapsa, la Carrozzeria Touring, la V.I.S. Vetro Italiano di Sicurezza, la Rinascente, la «Elle Erre», le Fabbriche Elettrotecniche Riunite, la Soc. Duploco, la Soc. Luigi Franchi, l'«Arredoluce», la Ditta RIMA, la Motom Italiana, la Soc. Arflex, la Società Pirelli A.E.S.



## In Italia il problema dell'estetica industriale entra in una sensibile fase di sviluppo

Fino a pochi anni fa bastava che un prodotto fosse ben eseguito e possedesse buon funzionamento. Oggi queste due caratteristiche non sono più sufficienti. Il prodotto industriale deve anche sapersi presentare in modo da riuscire attraente e convincente. Le sue caratteristiche formali e coloristiche, la sua apparenza d'insieme, devono rivelare inoltre la funzione ed il valore intrinseco che il prodotto racchiude in sé.

Più che considerazioni astratte, fatti precisi stabiliti attraverso l'esperienza di alcune industrie italiane e di centinaia di organizzazioni industriali d'altri Paesi hanno confermato l'estrema importanza del valore estetico-funzionale. Nel 1951, per la revisione estetica dei vecchi prodotti e la progettazione dei nuovi, le industrie statunitensi spesero l'eloquente cifra di 300 milioni di dollari pari a circa 210 miliardi di lire. In Inghilterra, in seguito ad una serie di relazioni di industrie che mettevano in evidenza la essenziale importanza dello studio dei modelli per la qualità della produzione come fattore determinante per il commercio di esportazione, il Governo Britannico poneva — nel 1944 — sotto l'egida dello Stato un Ente, il « Council of Industrial Design », per il perfezionamento dei modelli industriali.

In Italia il problema dell'estetica industriale entra in una sensibile fase di sviluppo. Appare sempre più evidente che il mancato aggiornamento estetico di un prodotto è causa di reazione e di declassamento da parte del consumatore come, se non più, un deficiente aggiornamento tecnico di fabbricazione.

Appare sempre più evidente che i valori strettamente tecnici (materiale e fabbricazione), dato il grado di sviluppo generale, sviluppo accettato e seguito dalle fabbriche, vanno unificando o rendendo equivalenti nelle loro qualità intrinseche i vari prodotti di una stessa categoria e

che quindi soltanto attraverso le caratteristiche estetiche, nelle loro infinite possibilità di variazione, è possibile conferire al prodotto comune un segno di distinzione e di preferenza.

Se questo problema come s'è detto va facendosi sempre più strada, rimangono ancora confuse le possibilità di soluzione. Specie da parte di quelle industrie che avendo sempre intravisto l'aggiornamento estetico come inutile preoccupazione di banale raffinatezza, affidano la progettazione estetica agli stessi tecnici della fabbricazione, così come affidano la loro propaganda e la pubblicità ad un impiegato ritenuto geniale, e lasciano che l'arredamento dei loro luoghi di lavoro si componga attraverso i suggerimenti più casuali.

Il principio estetico, governato da precise ed affinate leggi stilistiche e psicologiche, non va quindi confuso con il più o meno buon gusto dell'empirico. Sorge così per l'utilità dell'industria la nuova figura dell'artista specializzato in tali problemi, al quale possono essere affidate le cure di tutte quelle attività che nel binomio forma-colore presuppongono un contenuto estetico.

In stretta collaborazione con il servizio tecnico e seguendo un definito metodo che contempla piani di vendita, studio dei mercati, prodotti della concorrenza, possibilità e convenienze di fabbricazione, ecc., l'artista specializzato è il più qualificato per raggiungere nuove e genuine soluzioni di impensate possibilità di vantaggio. Egli porta inoltre a qualsiasi problema la somma totale delle esperienze acquisite lavorando alla soluzione dei più diversi problemi; esperienze preziose perché, anche se i tecnici conoscono, ad esempio, tutte le fasi di lavorazione dei propri prodotti, è possibile che non conoscano le soluzioni conseguite in altri rami.

## résumés

L'Exposition des Arts et de l'Esthétique Industrielle organisée par "A-Z" est née à la XXX<sup>e</sup> Foire de Milan pour réaliser un nouveau principe de diffusion, d'appréciation et de développement des ouvrages de la création artistique.

## summaries

The Exhibition of the Arts and Industrial Design, organized by "A-Z", has been conceived in XXX<sup>rd</sup> Fair of Milan with the intent of realizing a new principle of propagation, of valuation and development of the productions of artistic activity.