



# L'immagine

il Gruppo Generali e l'arte della 'réclame'



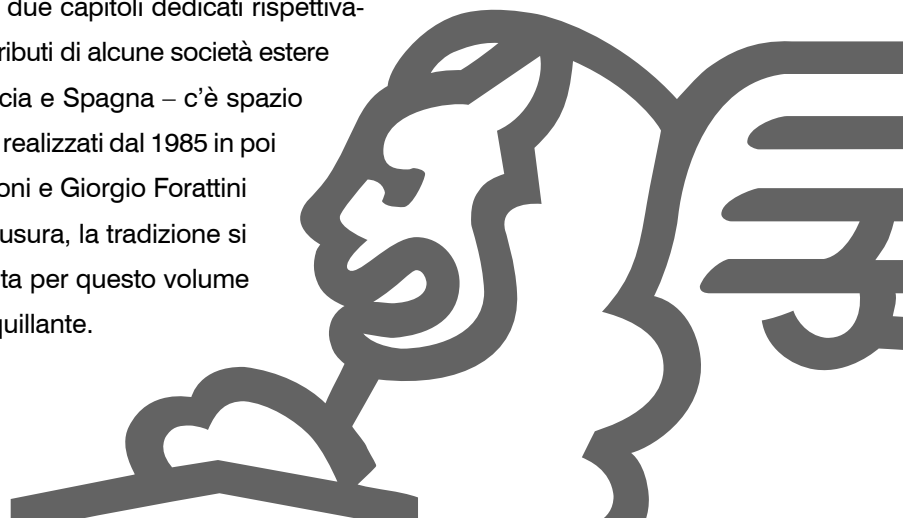
GENERALI



Il particolare dell'olio su tela dipinto da Gino Boccasile evidenzia le *affiches* pubblicitarie dell'Anonima Grandine e dell'Anonima Infortuni, compagnie del Gruppo Generali in seguito incorporate nella casa madre. Nella scena di vita rurale i volti sereni nonostante l'avvicinarsi del temporale suggeriscono la fiducia riposta nelle coperture assicurative. Dal quadro fu tratto nel 1936 un manifesto per l'Anonima Grandine.

Questo volume nasce con due precisi obiettivi: da un lato salvaguardare e tramandare la memoria di un'epoca in cui pubblicità era sinonimo di arte e il settore assicurativo era in prima linea nel trasmettere, con l'ausilio dei più grandi illustratori, il messaggio dell'importanza della libera previdenza; dall'altro raccogliere in un unico libro i contributi tratti dagli archivi storici di tutte quelle compagnie che già nell'Ottocento o nella prima metà del Novecento erano in attività, sia pure con nomi diversi da quelli attuali, e che oggi, con il loro patrimonio di esperienza e di professionalità, concorrono a rafforzare la leadership del Gruppo Generali: oltre alla casa madre, tra le società italiane hanno infatti contribuito alla realizzazione del volume Alleanza Toro, Fata, Ina Assitalia.

In apertura, i saggi critici e le interviste hanno per tema, nell'ordine: la "tradizione d'immagine" delle Generali; una breve storia del cartellonismo in Italia; le origini della Collezione Salce, la più significativa raccolta nazionale di manifesti pubblicitari; il "tocco elegante" di Marcello Dudovich, uno dei grandi illustratori che hanno lavorato per il Gruppo. Seguono, naturalmente, i manifesti, le locandine e i calendari realizzati per le Generali e per le altre compagnie citate: una panoramica – introdotta capitolo dopo capitolo dai testi di Pietro Egidi, curatore scientifico del libro – che si è cercato di rendere più completa possibile, presentando non solo le opere che fanno parte del patrimonio artistico del Gruppo, ma anche quelle reperite presso la Collezione Salce o altre raccolte pubbliche oppure segnalateci dai collezionisti privati che hanno voluto contribuire all'iniziativa. A tutti costoro va il nostro sentito ringraziamento oltre che una doverosa citazione nelle pagine finali del volume. Sempre in appendice, a beneficio degli studiosi del cartellonismo, abbiamo ritenuto utile segnalare il numero d'inventario di tutte le opere della Collezione Salce raffigurate nel libro. Ammirando i lavori eseguiti da maestri come Leopoldo Metlicovitz, Achille Beltrame e Gino Boccasile, oltre al già citato Dudovich, si arriva alla metà del XX secolo quando la stagione dei manifesti e della grafica pubblicitaria d'autore volge al termine, scalzata dall'avvento di tecniche e strategie nuove nel campo della comunicazione aziendale. Il volume non si ferma però a questo punto perché – dopo due capitoli dedicati rispettivamente alla cosiddetta "piccola pubblicità" e ai contributi di alcune società estere del Gruppo Generali, in gran parte giunti da Francia e Spagna – c'è spazio per un "extra" costituito da fumetti, vignette e loghi realizzati dal 1985 in poi da autori eccelsi come Milo Manara, Marco Biassoni e Giorgio Forattini per promuovere alcuni prodotti assicurativi. In chiusura, la tradizione si rinnova con due vignette inedite disegnate apposta per questo volume da Silver, su idea di Alfredo Castelli, e da Carlo Squillante.



Plinio Codognato cap. II



# sommario

Marcello Dudovich cap. IV

## ■ SAGGI CRITICI

Dall'aquila/leone al manifesto d'autore di <i>Pietro Egidi</i> .....	6
> Dagli archivi del Gruppo di <i>Roberto Rosasco</i> .....	14
Quell'arte dei muri che "lavora nel tempo" di <i>Roberto Curci</i> .....	16
> La "leggenda" dei Magazzini Mele dal <i>Corriere del Mezzogiorno</i> .....	24
Nando Salce: una vita per i manifesti intervista di <i>Elisabetta Delfabro</i> a <i>Eugenio Manzato</i> .....	26
> Collezionare: passione, malattia o altro? di <i>Pietro Egidi</i> .....	36
Il tocco elegante di <i>Dudovich</i> intervista di <i>Elisabetta Delfabro</i> a <i>Roberto Curci</i> .....	38
> Casa <i>Dudovich</i> : arte, cultura e amor di patria di <i>Roberto Curci</i> .....	46

## ■ L'IMMAGINE (testi di *Pietro Egidi*)

Cap. I – Il leone si colora... ..	50
Cap. II – Le grandi italiane del Gruppo .....	58
Cap. III – Campagna, contadini e Grande Guerra .....	66
Cap. IV – Il "segno" di <i>Dudovich</i> .....	82
Cap. V – Le italiane tra le due guerre .....	94
Cap. VI – <i>Boccasile</i> e altri .....	110
Cap. VII – Tra guerra e ricostruzione .....	120
Cap. VIII – Piccola... ma efficace .....	134
Cap. IX – All'estero .....	152
Extra – Fumetti e vignette d'autore .....	164
> Inediti per noi .....	176

Gino Boccasile cap. VI



Oswaldo Ballerio cap. V



Marco Biassoni extra

■ **GLI ARTISTI** (testi di Pietro Egidi)

Plinio Codognato – Il “cantore” delle macchine e della velocità .....	56
Leopoldo Metlicovitz – Uno dei grandi maestri dell’arte del manifesto .....	64
Oswaldo Ballerio – Dagli affreschi alla grafica pubblicitaria .....	79
Achille Beltrame – ... ovvero <i>La Domenica del Corriere</i> , “il primo video degli italiani” .....	80
Pollione Sigon – Figlio d’arte .....	91
Marcello Dudovich – Il grande maestro .....	92
Tito Corbella – Pubblicità, cinema e cartoline .....	107
Severo Pozzati (Sepo) – Tra Italia, Francia e innovazione .....	108
Aldo Raimondi – Un maestro dell’acquarello .....	117
Gino Boccasile – “Signorina Grandi Firme col tuo stile novecento...” .....	118
Mario Puppo – Turismo d’autore .....	131
Anselmo Ballester – Un “pittore” del cinema .....	132
Alberto Bianchi – Grafico, illustratore, ritrattista .....	149
Adolfo Busi – Un segno grafico efficace e piacevole .....	150
In breve – Altri cartellonisti .....	162
Marco Biassoni – L’arte leggera dell’umorismo .....	172
Milo Manara – Un maestro del fumetto .....	174

■ **ISTANTANEE DI STORIA** (a cura di Annamaria Miot e Roberto Rosasco)

Cultura e svago a fine Ottocento .....	55
L’età giolittiana .....	61
“Ma nel cuore nessuna croce manca” .....	72
L’ultimo “doge” di Venezia .....	85
Le trasvolate atlantiche di Italo Balbo .....	106
Nuove terre da coltivare .....	114
Campioni da leggenda .....	124
Le cartoline pubblicitarie .....	137
Arte e cultura nell’era dei mass media .....	157
I maestri italiani del fumetto .....	166

■ **INDICI ANALITICI**

Compagnie del Gruppo .....	180
Artisti .....	182
Immagini .....	183
Bibliografia .....	205
Ringraziamenti.....	207

schede monografiche

Leopoldo Metlicovitz pag. 64



Achille Beltrame pag. 80



Severo Pozzati (Sepo) pag. 108



Milo Manara pag. 174



# saggi critici

Con i contributi scientifici forniti da tre esperti, con testi scritti direttamente da loro o tramite le interviste raccolte da Elisabetta Delfabro, inquadrriamo la “tradizione d’immagine” del Gruppo Generali nel più ampio quadro della storia della cartellonistica e del collezionismo dedicato a quell’*arte dei muri* che, come scriveva Dudovich, “lavora nel tempo”.

Nato a Pitigliano, vive e lavora a Trieste; è archeologo, autore di vari studi in questo campo e insegnante di materie letterarie. S'interessa anche di archeologia industriale, di storia aziendale e di comunicazione pubblicitaria d'epoca, ambiti in cui ha pubblicato i volumi *Collezione Trieste. Pubblicità e prodotti industriali d'epoca* (1996) e *Trieste in fumo* (2005), una storia delle aziende triestine produttrici di cartine per sigarette corredata da scritti di Claudio Grisancich. Per le Generali ha collaborato ai volumi *Tradizione d'immagine* (1993) e *Palazzo Carciotti* (1995).

PIETRO EGIDI



Nato a Trieste, si è laureato in storia dell'arte con una tesi su Dudovich poi raccolta nel volume *Marcello Dudovich cartellonista* (1976). È stato per oltre trent'anni redattore de *Il Piccolo* e per tredici, fino al 1995, responsabile delle pagine culturali del quotidiano triestino. Assieme al musicologo Gianni Gori ha pubblicato il volume *La dolcissima effigie. Manifesti italiani dell'opera lirica* (1983). Ha collaborato con propri saggi ai cataloghi di numerose mostre e nel 2002 ha curato l'antologica *Marcello Dudovich. Oltre il manifesto* al Museo Revoltella di Trieste.

ROBERTO CURCI



Nato a Quinto di Treviso, ha insegnato storia dell'arte all'Università di Udine. Quale direttore dei Musei Civici di Treviso, dal 1980 al 2001 ha curato l'allestimento di numerose mostre e i relativi cataloghi scientifici e pubblicato libri e guide sulla città. Per quanto riguarda i manifesti della Raccolta Salce, oltre a organizzare esposizioni, ha approfondito la storia della collezione attraverso la consultazione dell'archivio, curandone la catalogazione. Dopo l'uscita dai Musei Civici continua a occuparsi di arte veneta, con importanti pubblicazioni, e di cartellonismo.

EUGENIO MANZATO



# Dall'aquila/leone al manifesto d'autore



“IMMAGINE” E PUBBLICITÀ  
D'EPOCA NELLA STORIA  
DELLE GENERALI

**T**ermini e concetti quali comunicazione d'impresa, immagine aziendale, strategie di marketing e dell'informazione commerciale, oggi comuni in ambito imprenditoriale, fanno parte di un vocabolario piuttosto recente, frutto delle profonde trasformazioni tecnologiche, di mercato e dei mezzi di informazione che hanno caratterizzato, nell'ultimo cinquantennio, il mondo delle imprese e della produzione in genere.

Nel 1831, quando le Generali videro la luce, inizialmente con il nome di Assicurazioni Generali Austro-Italiche, i termini e i concetti sopra indicati, compreso quello di “pubblicità” intesa in senso moderno, erano impensabili, anche se non mancavano, per esempio su giornali e gazette dell'epoca, piccole *réclame* e avvisi di carattere economico. Dovevano trascorrere vari decenni, però, prima che la pubblicità, e con essa l'insieme degli strumenti che avrebbero poi formato la moderna “comunicazione aziendale”, cominciasse ad affermarsi su larga scala e a diventare un mezzo sempre più utilizzato dalle imprese a fini promozionali e di visibilità sul mercato.

Nella prima metà dell'Ottocento, dunque, quando l'informazione commerciale era ancora molto limitata e comunque poco incisiva, le aziende, soprattutto quelle che offrivano prodotti particolari come polizze assicurative o servizi di carattere economico-finanziario, dovevano





principalmente puntare, per la creazione di una “immagine” credibile e competitiva, su fattori e aspetti interni, legati alla struttura dell’impresa: la qualità dell’assetto societario, la consistenza del capitale, l’autorevolezza e l’affidabilità degli uomini che ne assumevano la guida.

È così anche per le Generali che nel gruppo dei soci fondatori, riunitosi a Trieste il 26 dicembre del 1831 per l’atto costitutivo, contemplanò i nomi più prestigiosi del mondo imprenditoriale e finanziario triestino, alcuni con alle spalle una solida esperienza in campo assicurativo: è il caso, per esempio, di Giuseppe Lazzaro Morpurgo, ideatore del nuovo organismo. La cifra stessa stabilita come capitale sociale, due milioni di fiorini, è notevolissima per una compagnia assicuratrice dell’epoca e rassicura ampiamente sulle coperture finanziarie.

Alla creazione e alla solidità di questa prima “immagine aziendale” concorre sicuramente anche la scelta della sede in cui le Generali iniziano a operare e dove rimangono fino al 1866: Palazzo Carciotti, tra i più prestigiosi a Trieste, costruito sulle rive del Borgo Teresiano tra il 1798 e il 1803, “simbolo dell’affermarsi della nuova borghesia commerciale”.

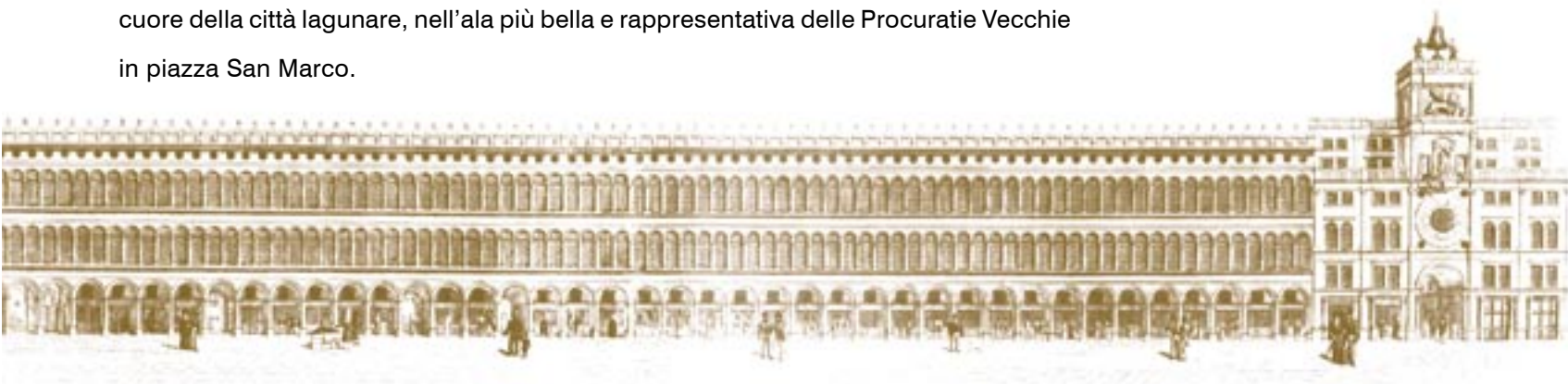
Gli stessi criteri di affidabilità e di concretezza economico-finanziaria messi in campo dai fondatori delle Generali nella casa madre di Trieste trovano precisi riscontri, a livello di uomini, capitali impiegati e sede operativa, nella coeva Direzione Veneta istituita a Venezia, preposta agli affari nel Regno Lombardo-Veneto e ubicata nel cuore della città lagunare, nell’ala più bella e rappresentativa delle Procuratie Vecchie in piazza San Marco.



**Nella pagina a fronte: Palazzo Carciotti, prima sede triestina delle Assicurazioni Generali, in una litografia di metà Ottocento**

**Sopra: targa metallica degli anni Venti/Trenta**

**Sotto: le Procuratie Vecchie in piazza San Marco, sede della Direzione Veneta (da una stampa d’epoca)**



A fianco: targa  
in ottone (1833/1848)

Sotto: frontespizi di  
polizze di metà Ottocento



Le due sedi, pur con alterne vicende storiche dovute alla loro differente situazione politico-amministrativa, opereranno di pari passo nella crescita rapida della Compagnia, sfruttando sin dall'inizio – ai fini della credibilità e della validità dei prodotti offerti – simboli e iconografie di sicuro impatto sul piano delle garanzie. L'emblema dell'aquila imperiale asburgica, già presente sulle polizze dell'Azienda Assicuratrice di Trieste creata in precedenza da Morpurgo, dal 1833 e per vari anni campeggerà sui documenti della nuova società; dal 1848 la Direzione Veneta adotterà come "logo", per gli affari in Italia, la figura del leone di San Marco, sintesi iconografica della grandezza della Serenissima e delle sue secolari attività economiche e imprenditoriali, destinata a diventare, pur attraverso trasformazioni ed evoluzioni grafiche, l'immagine-simbolo delle Generali.

Forte delle capacità degli uomini che si alterneranno alla sua guida e di quella prima e solida "immagine aziendale" costruita sin dalla fondazione, la Compagnia, soprattutto dai decenni finali dell'Ottocento, incrementerà notevolmente il proprio volume d'affari, raggiungendo obiettivi importanti: la supremazia nel mercato italiano, la creazione di società affiliate, la costituzione di una fitta rete agenziale sparsa in vari con-





tinenti, l'acquisizione di immobili di prestigio. Nel 1886, inoltre, viene inaugurato a Trieste, sulle rive, il palazzo delle Generali, che da allora ospita la sede centrale della Direzione.

In quei decenni di fine secolo, dato il progressivo e massiccio evolver-

si delle attività industriali e commerciali, cresce da parte delle aziende, anche per l'aumentare della concorrenza, l'esigenza di una maggiore visibilità, di farsi conoscere meglio e di informare in modo più dettagliato sulle proprie attività e sui prodotti messi in commercio. Questa "febbre imprenditoriale", e con essa la volontà delle aziende di comparire, è misurabile sia dal rapido susseguirsi, fin dagli anni Cinquanta del secolo, di esposizioni universali, mostre e fiere di ogni tipo, sia dall'utilizzo sempre più diffuso e mirato del messaggio pubblicitario; inizialmente fatto per mezzo di semplici annunci scritti, volantini, figurine inserite nei prodotti, promozioni all'acquisto, poi, dall'ultimo quindicennio dell'Ottocento, attraverso la progressiva affermazione di quello che per oltre mezzo secolo costituirà lo strumento-principe dell'informazione commerciale: il manifesto cromolitografico.

In alcune nazioni, tra cui l'Italia, la comparsa e l'utilizzo dei manifesti illustrati a colori avverranno con un certo ritardo rispetto a paesi come la Francia, dove *affiches* in bianco nero e poi con parti colorate compaiono già a metà Ottocento e dove, grazie alle intuizioni tecniche e artistiche di grandi maestri (Chéret, Toulouse-Lautrec, Bonnard e altri) il genere raggiungerà una sua precisa e definitiva connotazione fino a diventare, appunto, il "moderno" manifesto cromolitografico.



In alto, a sinistra: leone alato del XVI secolo in pietra d'Istria, inserito a inizio Novecento sulla facciata del palazzo delle Generali in piazza Venezia a Roma

Sopra: il palazzo della Direzione Centrale a Trieste, sede della Compagnia dal 1886

Sotto: manifesto del 1860 dell'agenzia di Torino





In questa pagina, dall'alto:  
manifesti delle  
Assicurazioni Generali del  
1901, del 1906/09 e del  
1910 ca (particolare di  
un'affiche di Sormani)

Dall'ultimo decennio dell'Ottocento, comunque, questo mezzo pubblicitario comincerà ad avere una larga fortuna e le aziende, in particolare quelle fornite di maggiori mezzi economici, inizieranno a sfruttarlo in misura massiccia per reclamizzare i loro prodotti: nelle strade, nelle piazze e in ogni luogo dove sia possibile l'affissione.

Anche se il campo assicurativo, per la particolare natura dei prodotti e servizi offerti, ha sempre costituito un soggetto non facile dal punto di vista pubblicitario, tuttavia le imprese più importanti, come le Generali, non tarderanno ad autorappresentarsi attraverso l'utilizzo dei manifesti cromolitografici, in molti casi firmati da grandi artisti, e a sfruttarne le po-

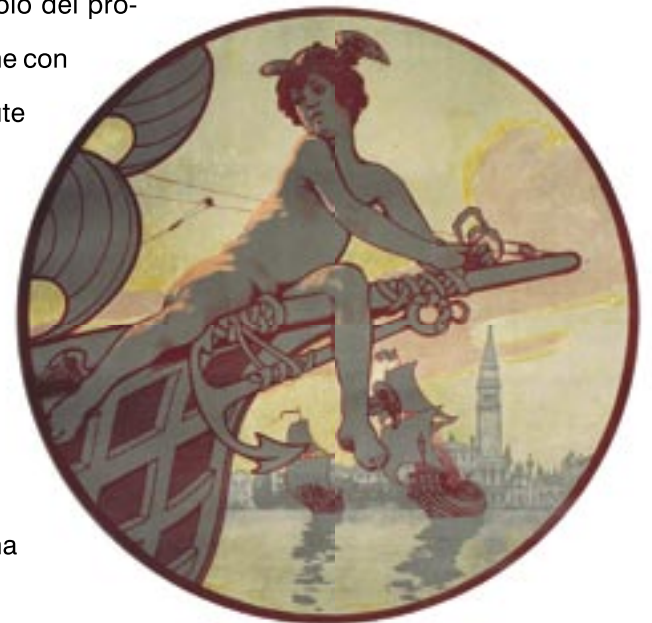
tenzialità per un lungo periodo.

La documentazione relativa agli inizi della cartellonistica della Compagnia è attualmente riconducibile al primo decennio del Novecento, a cominciare da un manifesto illustrato del 1906/09 incentrato sul leone veneziano di piazzetta San Marco e di cui rimane, purtroppo, solamente una testimonianza fotografica in bianco e nero. Di poco posteriore è l'*affiche*-oblò di Sormani con la figura classicheggiante di Mercurio, nume tutelare dei commerci e nuovo simbolo del progresso, sullo sfondo di una Venezia che con

le sue allegorie storiche e le sue vedute sarà a lungo presente nella comunicazione pubblicitaria delle Generali.

Al secondo decennio del secolo appartengono, poi, le *affiches* di Chiurlotto, Codognato e di autori anonimi.

Alla pubblicità tramite manifesti la Compagnia affiancherà, seguendo una





**A fianco: scena agreste da un bozzetto a olio di Beltrame per l'Anonima Grandine (1931)**

**Sotto: particolare di un calendario murale della Compagnia illustrato da Dudovich (1935)**

prassi diffusa, altre forme di *réclame* come calendari e calendarietti, cartoline e opuscoli vari, utilizzati sin dallo scorcio dell'Ottocento e illustrati a volte da grandi artisti. È il caso, per esempio, dei calendari dell'Anonima Grandine, società creata dalle Generali nel 1890, quasi tutti affidati, tra la Grande Guerra e i primi anni Trenta, alla maestria pittorica di Achille Beltrame.

Ma il manifesto cromolitografico, per la sua visibilità e in molti casi per l'alto valore artistico, rappresentava ormai il mezzo più incisivo per pubblicizzare prodotti e servizi, trovando un ampio e crescente utilizzo nel mondo imprenditoriale.

Dalla metà degli anni Venti, le Generali, dopo le difficoltà del periodo bellico e dell'immediato dopoguerra, riuscirono a rafforzare notevolmente l'assetto economico-societario, gettando le basi per lo sviluppo dei decenni successivi. Si imponevano, anche per le mutate condizioni storiche e di mercato, criteri nuovi e più incisivi a livello promozionale e di visibilità aziendale, che facessero capo a un nome prestigioso di illustratore e grafico pubblicitario.





A fianco, da sinistra: particolari di un manifesto di Dudovich per le Generali (1937 ca) e di due calendari murali, il primo di Boccasile per l'Anonima Grandine (1937), il secondo di Mosca per la società Fiume (1935)

Sotto: particolare di un manifesto delle Assicurazioni d'Italia (Assitalia) realizzato da Ballester (1940)



In questa prospettiva nasce, nella seconda metà degli anni Venti, la collaborazione tra la Compagnia e Marcello Dudovich, triestino e tra le firme più importanti del cartellonismo. Nei circa dieci anni di rapporto lavorativo, l'artista produrrà per le

Generali un discreto numero di *affiches* dove Venezia e la laguna compariranno spesso. Ma non mancheranno, nella produzione di Dudovich per la Compagnia, manifesti più "impegnati", come quelli evocanti l'impresa coloniale fascista in Africa.

Negli anni Trenta altri grandi grafici pubblicitari collaboreranno con le Generali o con società affiliate, a cominciare da Gino Boccasile, uno dei più apprezzati e prolifici in Italia, che ha disegnato bozzetti per manifesti, locandine e calendari dell'Anonima Grandine; in quegli anni, per quest'ultima o per la casa madre, lavoreranno pure Osvaldo Ballerio, Aldo Raimondi e Franco Mosca. Nel corso dello stesso decennio nascerà una collaborazione anche con la Modiano, l'importante stabilimento cartotecnico triestino. Sarà Pollione Sigon, all'epoca e per molto tempo ancora il maggiore illustratore interno dell'azienda cartotecnica, a creare per la Compagnia cartelloni, calendari e altro materiale promozionale.



Si tratta di grafici e illustratori che lavorarono – insieme ad altri grandi del cartellonismo come Metlicovitz, Mazza, Severo Pozzati (Sepo), Puppo, Ballester, Busi – per varie aziende assicuratrici italiane, alcune delle quali acquisite dal Gruppo Generali: Alleanza, Toro, Ina e le sue controllate Assitalia, Fiume e Fata.

Per queste società e per la Compagnia alcuni dei cartellonisti citati produssero *affiches* e altro materiale pubblicitario fino agli anni Cinquanta del secolo scorso, quando la lunga stagione del manifesto illustrato d'autore, ma se vogliamo di tutta la *réclame* d'epoca frutto ancora del magico e "ingenuo" connubio tra artigianato, intuizione e creatività artistica, stava volgendo

al termine. E il crepuscolo del genere comincia inevitabilmente a manifestarsi nella produzione cartellonistica di quegli anni, avvertibile, qua e là, in una certa stanchezza del segno grafico e del messaggio promozionale.

D'altronde, anche per la comunicazione pubblicitaria stava per iniziare tutta un'altra epoca: quella della grafica editoriale, della pubblicità fotografica, televisiva e cinematografica, che avrebbero profondamente cambiato gusti e abitudini, in particolare i modi di informare e convincere le persone sulla scelta di un prodotto, anche di una polizza assicurativa. ■



Sopra: il galletto creato da Busi per un'affiche del Fata (Fondo Assicurativo Tra Agricoltori) del 1959

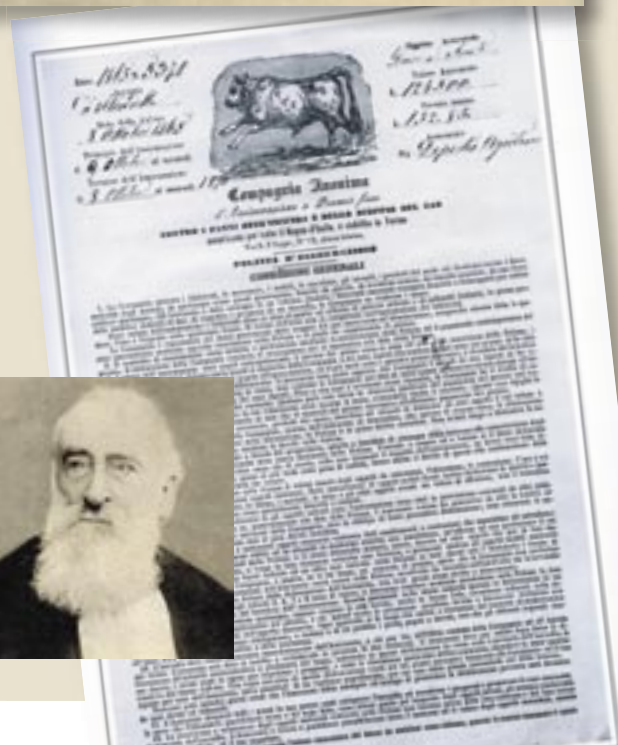
A sinistra: manifesto fotografico del 1953





# Dagli archivi del Gruppo

**N**el patrimonio storico di una compagnia assicurativa le polizze hanno un valore fondamentale per almeno tre motivi: i contenuti dei contratti documentano l'evolversi dell'attività aziendale; le immagini che ben presto vengono ad adornare i frontespizi rappresentano l'embrione di quella comunicazione visiva che diverrà poi, con i manifesti, fenomeno di massa; i nomi di taluni clienti famosi possono essere presi a testimonianza del successo raggiunto dalla compagnia. Ecco perché abbiamo





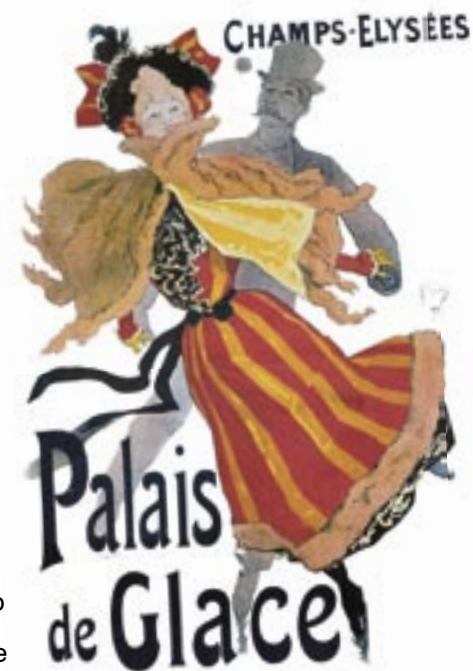
voluti raccogliere in questa doppia pagina alcune significative polizze tratte dagli archivi del Gruppo Generali, abbinandole ai ritratti di chi tanti anni fa le sottoscrisse: a nostro avviso illustrano perfettamente come, già allora, questi loghi aziendali costituissero, per gli assicurati illustri come per quelli meno noti, un confortante simbolo di sicurezza.

**Roberto Rosasco**

In ordine antiorario le polizze di:  
**Alessandro Manzoni** (Generali, 1856),  
**Agostino Depretis** (Toro, 1865),  
**Pio X** (Generali, 1897),  
**Francesco Saverio Nitti** (Ina, 1913),  
**Carlo I** (Generali, 1918),  
**Benito Mussolini** (Ina, 1929),  
**Gabriele d'Annunzio** (Anonima Infortuni, 1934)



# Quell'arte dei muri che "lavora nel tempo"



“**U**n cartello pubblicitario non è dopo tutto una gran cosa. Ma come vi spiegate che una determinata immagine vi rimane negli

occhi per anni, assumendo spesso un significato importantissimo? Anche il disegno di un oggetto comune può a poco a poco arrivare ad avere una sua personalità: una semplice figura può parlare, cantare, sorridere, urlare. Il cartellone pubblicitario è un po' una bomba a scoppio ritardato. Per questo è arte: lavora nel tempo.”

Con parole facili (quelle difficili non le conosceva o non le usava), Marcello Dudovich – considerato assieme a Leonetto Cappiello il maggior protagonista della grafica pubblicitaria italiana del Novecento – affermava la sacrosanta verità di un concetto basilare del cartellonismo, quest'arte “della strada” che dagli ultimi anni dell'Ottocento aveva cominciato a mazzare, anche in Italia (con buon ritardo rispetto agli altri paesi europei e agli Stati Uniti), i muri e le palizzate di città e cittadine. Un inusitato tripudio di forme e





di colori che – nell'ambito del filone comunicativo dell'*affissione*, storicamente radicato fin dal Cinquecento – soppiantava definitivamente l'avviso non figurato, quello in cui, magari accanto a manieristici ghirigori, lo spazio del fragile ed effimero supporto cartaceo era costipato di parole, parole, parole, e andava quindi decrittato dappresso e non senza fatica.

La “bomba a scoppio ritardato” era invece rappresentata dalla forza dirompente dell'*immagine* che, sconfiggendo la *Parola* o riducen-

dola a sintetico *slogan*, si faceva largo con sempre maggior perentorietà nel manifesto murale, a cavallo dei due secoli, rendendo immediatamente riconoscibile – anche a distanza, anche all'uomo della strada frettoloso e distratto – un marchio, un nome e dunque un prodotto. La persuasione non-occulta e il consumismo erano di là da venire, eppure anche Capiello già concordava sulla necessità del cartellone pubblicitario di imporsi come “un atto d'autorità sul passante”. Esso aveva, a suo dire, il compito di “gridare alto un nome, e attraverso la chiarezza e il piacere della forma, la sorpresa e la novità dell'arabesco, l'intensità dei colori, diventare indimenticabile”.

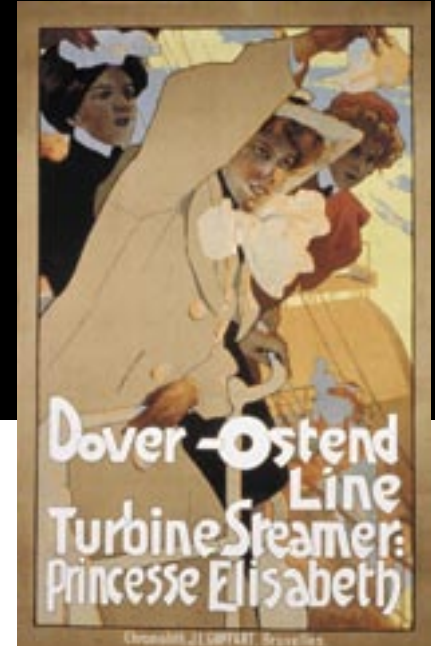
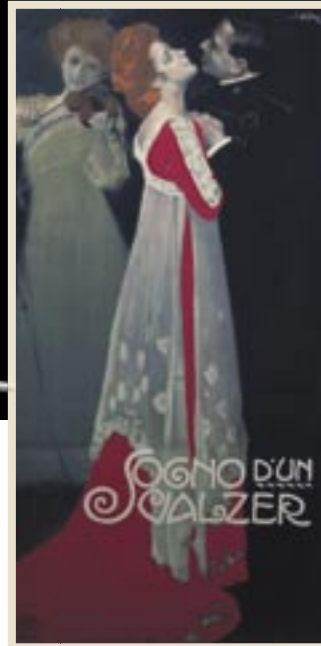
A lungo, va detto, in Italia non fu così. Sul finire dell'Ottocento il ritardo culturale (ma anche socio-economico e industriale) con cui il Belpaese si accostava all'arte del manifesto andava di pari passo con l'irrisolutezza degli artisti-illustratori, ancorati a una tradizione pittorica (o pittoricistica) con salde radici accademiche e, al tempo stesso, suggestionati da quanto il cartellonismo francese, anglo-americano o di area tedesca già proponeva: immagini forti, icastiche, “moderne”; colori à *plat*; capziosità lineari debitorie di quel movimento internazionale che in Italia si sarebbe definito Liberty e che altrove ebbe i nomi di Art Nouveau, Modern Style o Jugendstil, movimento a sua volta influenzato dal Simbolismo, dal Preraffaellismo, dal Giapponismo allora in gran voga.



In queste due pagine, da sinistra: *Corriere del Mattino* (Pusterla, 1887) *Palais de Glace* (Chéret, 1896), *Lance Parfum “Rodo”* (Mucha, 1896), *Aristide Bruant* (Toulouse-Lautrec, 1892) e *The Sun* (Rhead, 1900)



Da sinistra: *Tosca* (Hohenstein, 1899), *Calzaturificio di Varese* (1914, dettaglio) e *Sogno di un valzer* (1910) entrambi di Metlicovitz, *Dover-Ostend Line* (Hohenstein, 1900)



Quando in Italia una rivista d'arte assai qualificata quale *Emporium* e un critico attento quale Vittorio Pica iniziarono a magnificare le futuribili sorti della cosiddetta “arte dei muri”, erano ormai gli anni successivi al 1895: la Francia aveva già offerto al mondo l'opera di maestri assoluti quali Chéret, Toulouse-Lautrec, Bonnard, Steinlen, Mucha; il Regno Unito si fregiava dei nomi di Beardsley e dei Beggarstaff Brothers; l'America vantava quelli di Bradley, Rhead e Penfield. E nel centro Europa proliferavano le anti-accademiche Secessioni: a Vienna, Monaco, Berlino.

Non è forse un caso che variamente “stranieri” fossero i primi, veri cartellonisti italiani, quelli che compresero le esigenze di un linguaggio nuovo, non contaminato o compromesso con la pittura “pura”: Adolf Hohenstein, nato a San Pietroburgo ma di chiara origine tedesca e di formazione artistica viennese, e i due triestini di ascendenza dalmata (e allora, è noto, Trieste *non era* Italia) Leopoldo Metlicovitz e Marcello Dudovich. Furono loro a indicare la giusta via, nel fervido contesto dello stabilimento cromolitografico nel quale si ritrovarono a operare, la milanese Casa Ricordi che – in proficua sinergia fra interessi musicali, commerciali e promozionali – divenne la più importante “palestra” del cartellonismo italiano.

Hohenstein vi operò fino al 1905 come direttore artistico, realizzando manifesti di squisita fattura e di sapiente equilibrio fra le ragioni del realismo borghese e quelle della



grafica “modernista” e divenendo così l’autentico caposcuola di un *pool* di cartellonisti sempre più innovativi e smaltizzati. Assieme ad alcuni nomi di artisti ancora sospesi fra due mondi figurativi (o fra due secoli) – Giovanni Maria Mataloni, Aleardo Villa, Vespasiano Bignami, Emilio Mallerba – spiccarono presto, per audacia stilistica e originalità di scelte tematiche, quelli dei citati Metlicovitz e Dudovich, ma anche quello dell’oriundo polacco (a proposito di “stranieri” immigrati...) Franz Laskoff, orientato sulle nette *silhouettes* e le campiture piatte di colore di estrazione britannica.

Va rilevato che, all’epoca, il messaggio pubblicitario nasceva – in modo spesso estemporaneo – dalla libera inventiva del cartellonista di turno, non condizionato e inibito da preventive ricerche di mercato o da studi “scientifici” sui possibili *target* destinatari. Ben lontana era l’epoca della pubblicità mirata e delle agenzie di pubblicità, sicché la scelta dei soggetti e la loro ideazione grafica erano patrimonio totale degli artisti, unici “creativi” del tempo, salvo il parere eventualmente discorde dei committenti o dei responsabili degli stabilimenti tipolitografici: non solo le già insigni Officine Grafiche Ricordi, ma anche Doyen a Torino,



In alto, da sinistra:  
*Chocolat Klaus*  
(Cappiello, 1903)  
e *Costina's Coffee*  
(Laskoff, 1914)

A fianco: dettaglio  
di un manifesto realizzato  
nel 1908 da Dudovich  
per i *Magazzini Mele*



Sopra e a destra: altri due esempi di figure di donne, disegnate rispettivamente da Metlicovitz nel 1906 e da Dudovich nel 1912 ca per i *Magazzini Mele*

Sotto: *Bitter Campari* (Sacchetti, 1921)



Chappuis a Bologna, Arti Grafiche a Bergamo, Armanino a Genova, Modiano a Trieste, perfino Passero a Udine e Monfalcone.

Di questo clima di effervescente libertà ideativa è testimone la lunga serie – insuperata – dei manifesti realizzati fino al 1915 dai vari artisti della Ricordi per i grandi magazzini napoletani dei fratelli Mele. Fra contraddizioni e incoerenze, fra episodi di mediocre impatto, spiccano e a tutt'oggi affascinano i lavori firmati da Metlicovitz e Dudovich (Hohenstein aveva già avvertito la nostalgia della “sua” Germania e vi era rientrato). Più “pittorico” il maestro Metlicovitz, più sintetico e schiettamente “grafico” l’allievo Dudovich, i due triestini milanesizzati si impegnarono quasi in un personale duello fra “primi della classe”: duello che alla fine fu vinto dal più giovane Dudovich, con manifesti di perfetto impianto formale e coloristico, dominati da grandi figure di donne elegantemente abbigliate. Da allora il binomio Dudovich-donna divenne inscindibile e continuò a pervadere con immutata fortuna l’accidentato percorso del Novecento (che intanto, in ogni senso, profondamente mutava) fin quasi alla morte dell’artista.

La personalissima lezione di Dudovich – manifesti di squillante impatto e di vibrante “fisicità”, benché di leggerezza esemplare – fu presto appresa da altri eccellenti cartellonisti quali Aleardo Terzi, Enrico Sacchetti e il sarcastico Aldo Mazza, che realizzarono dei manifesti-sigla (o manifesti-idea) fortemente caratterizzati, tanto da riuscire talora a superare, indenni, l’inesorabile usura del tempo. Un solo esempio: chi oggi *en passant* prestasse attenzione al *logo* della Max Meyer (il cagnolino imbrattato di rosso, con un pennello tra i denti) non riuscirebbe probabilmente a credere che si tratti della perenne riproduzione di un manifesto di Terzi datato 1921. Ma fu un altro italiano di grande ingegno, il livornese Leonetto Cappiello, a contendere a Dudovich la palma di miglior cartellonista degli anni prebellici, con le sue sbarazzine e dinamicissime invenzioni: solitamente un solo personaggio svolazzante o sgambettante, cam-





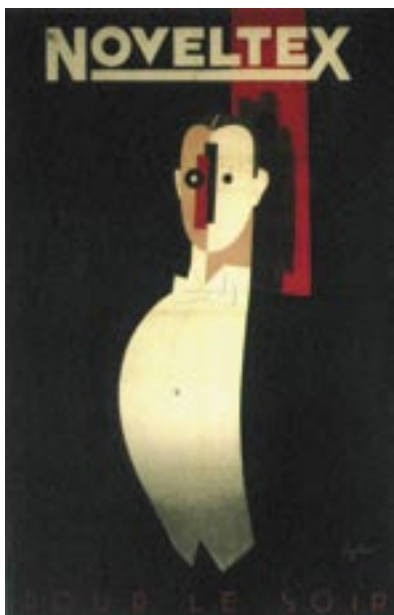
pito con colori sgargianti sul fondo nero (anche questa un'assoluta novità) del manifesto. Senonché Capiello lavorò prevalentemente in Francia, dove ebbe straordinario successo, e dunque con Dudovich non vi fu sostanziale conflittualità.

Gli anni della Grande Guerra segnarono, per molteplici, evidenti ragioni, una drammatica cesura, oltre che la fine di quella che, fino ad allora, poteva ancora in qualche misura fregiarsi del nome di Belle Epoque. Fu solo un altro straniero, il francese Achille Lucien Mauzan (operoso anch'egli a Milano, autore del famoso cartellone con il fante dall'indice pun-



In alto: i manifesti di Terzi per *Dentol* (1914, dettaglio) e *Colorificio Italiano* (1921)

A fianco: *Magazzini Mele* (Mazza, 1910) e *Cinzano Vermouth Torino* (Capiello, 1910)



Sopra: locandina per  
*Bitter Campari*  
(Depero, 1925 ca)  
e manifesto *Noveltex*  
(Sepo, 1933)

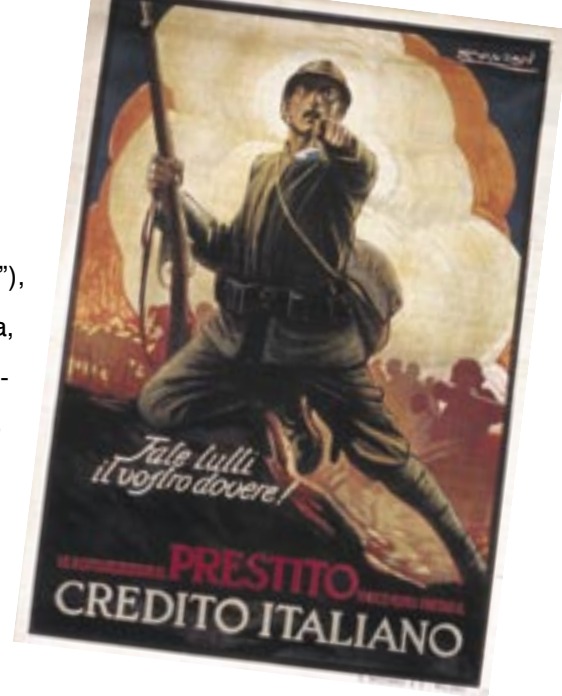
In alto, a destra:  
"Fate tutti il vostro dovere!"  
(Mauzan, 1917)

tato e l'incitamento "Fate tutti il vostro dovere!"), a trarre giovamento da quel mutamento di clima, con manifesti destinati in larga parte alla nascente industria cinematografica: manifesti di gusto vagamente espressionistico, al limite del plateale e talora del pacchiano.

Tutto cambia con il dopoguerra e con gli anni Venti. La pubblicità comincia a farsi scienza esatta, o quasi, le ragioni del mercato prevalgono su quelle della libera ispirazione, nascono le prime agenzie e i primi uffici aziendali di pubblicità. Dudovich stesso – che in quegli anni comincia a lavorare intensamente per i grandi magazzini La Rinascente – sfiora il conflitto d'interessi, producendo manifesti per l'Igap (Impresa Generale Affissioni Pubblicità, nata già nel 1892), ma divenendone al contempo il direttore artistico, ovvero il *manager* di se stesso.

Ma è sul piano del gusto che molte cose vanno mutando. Si accentua decisamente l'influsso che, sull'arte del manifesto, hanno le avanguardie pittoriche: il Cubismo e il Futurismo (da cui i cartelloni inconfondibili di Fortunato Depero, il solo futurista ben sintonizzato sull'*advertising*); l'Art Déco o Stile 1925, che si riallaccia alle squisitezze grafiche del Liberty; il Novecentismo che, al contrario, in sintonia con quella che già viene intesa come "estetica di regime", propone forme massicce e squadrate. Più avanti sarà il Razionalismo di estrazione bauhausiana, con la sua vocazione di geometrico rigore, a insinuarsi nell'arte del manifesto ispirando – anche con l'uso sempre più invalso del fotomontaggio, di derivazione russa e tedesca – giovani grafici destinati a luminosi traguardi, quali Marcello Nizzoli ed Erberto Carboni.

Tra gli anni Venti e Trenta si assiste dunque a un moltiplicarsi e differenziarsi delle scelte tematiche e stilistiche, con l'affiorare – al di là delle possibili sintonie con questo o quel movimento artistico – di personalità potenti e originali (l'emiliano Severo Pozzati, in arte Sepo, in qualche misura affine alle esperienze francesi dei nuovi maestri post-cubisti





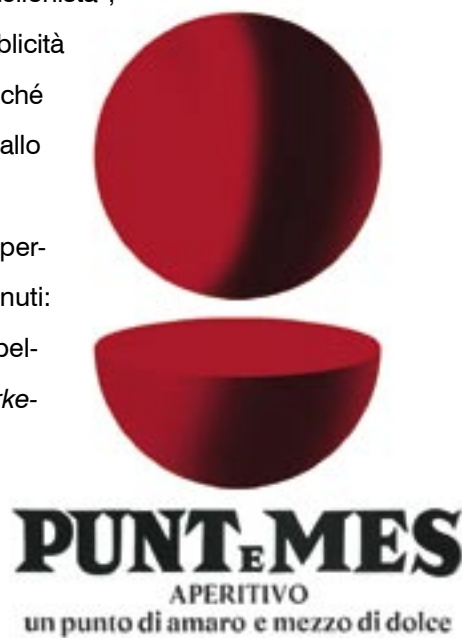


quali Cassandre, Carlu, Colin, Loupot) o di figure lievemente marginali ed eccentriche (Federico Seneca, con i suoi manifesti di “francescana” sobrietà, o il bizzarro, umorale Primo Sinopico). In questa vasta gamma di esperienze disparate, una sola certezza: la presenza inflessibile di Dudovich, venerato ormai come maestro sommo benché preda, egli stesso, di incertezze e ripensamenti, dovuti all’irrompere di nuovi modi e nuove mode.

Arriverà poi un’altra guerra, crudele e devastante come e più della prima. Dopodiché, il tempo dell’avviso figurato sarà sostanzialmente scaduto: anche se Dudovich produrrà le sue ultime prove

e Gino Boccasile, sbucato indenne dalla propaganda per la Repubblica Sociale Italiana, si dedicherà alle rassicuranti pubblicità del formaggino Mio e dei biscotti Pavesi. Ci sarà ancora spazio per il geniale Armando Testa, “ultimo cartellonista”, con le sue ironiche, coloratissime trovate. Ma la pubblicità murale si affiderà sempre più all’obiettivo fotografico anziché alla banale matita e dovrà poi inesorabilmente inchinarsi allo strapotere di *Carosello* e degli spot televisivi.

Salvo, a sorpresa, ritrovare fiato ed energie in questa apertura di millennio, con tutt’altre forme e tutt’altri contenuti: non più ascrivibili all’inventiva di un pugno di artisti di bell’ingegno, bensì ad accurati, sofisticatissimi studi di *marketing* e all’uso intensivo di nuove, iper-specializzate tecnologie. Un altro “atto d’autorità sul passante”, se vogliamo. Ma assai meno fascinoso e persuasivo – diciamo pure: assai *meno bello* – di quanto pensasse l’ottimo Cappiello un secolo fa. ■



In alto: i manifesti di Boccasile dal secondo conflitto mondiale (*Alle armi! Xª Mas*) al dopoguerra (*Biscotti Pavesi*)

Sotto: *Punt e Mes* (Testa, 1960)



## La “leggenda” dei Magazzini Mele

L'impresa fu varata nel 1889 da due fratelli napoletani, Emiddio e Alfonso Mele: imprenditori illuminati che assortirono gli scaffali di un enorme palazzo (2.000 metri quadrati di superficie tra le vie San Carlo e Municipio, 500 impiegati) di ogni ben di Dio. In primo luogo l'abbigliamento, per dame eleganti e gran signori: cappotti, stole, cappelli, velette, cravatte, camicie, stivali, corpetti, calze e *coulotte*. E ancora saponi, amido per biancheria, champagne, orologi da polso e da sala, mobili, tappezzeria, profumi. Tutto, ma proprio tutto. “Massimo buon mercato” strillavano le scritte ammaliatrici, vergate a caratteri cubitali sui muri della città. I fratelli Mele si rivolgevano a una clientela nuovissima: la borghesia agiata che dappertutto vuole spendere e godersela, che desidera e ottiene quel capo all'ultima moda da sfoggiare all'ippodromo o sul lungomare. A Napoli, certo. Ma non solo. Che differenza c'è tra gli animati avventori del Caffish e i frequentatori milanesi del Gran Caffè in Galleria, oppure i padovani seduti al Pedrocchi, i romani che se la spassano all'Aragno e al Caffè Greco, i torinesi che prediligono il Cambio? L'emporio Mele decide che è l'ora di compiere l'unità d'Italia degli acquisti. E così propone una serie incredibile di prodotti – sia al dettaglio sia all'ingrosso o per corrispondenza – nella provincia campana, nelle Puglie, in Sicilia, in Sardegna e a Malta. Quindi scatta l'assalto al Nord, la falange più appetita di consumatori da conquistare. Ma per vendere c'è bisogno di espandersi, farsi conoscere, diffondere un marchio e un'immagine vincente. Occorre la pubblicità. Ecco allora l'intuizione geniale: i Grandi Magazzini Mele stringono un patto di fer-



ro (durerà 25 anni) con le Officine Grafiche Ricordi di Milano, ditta nata con la pubblicazione di libri e partiture musicali per poi diventare la fucina dei più straordinari cartelloni *réclame* del panorama internazionale. A firmare gli affissi per l'emporio napoletano sono tredici maestri: Beltrame, Caldanzano, Cappiello, De Stefano, Laskoff, Malerba, Mauzan, Mazza, Metlicovitz, Sacchetti, Terzi, Villa. E il divino Marcello Dudovich, triestino dal segno morbido e suadente. Le loro opere sono autentici capolavori, una cavalcata nel gusto e nel costume di un'epoca ruggente. Che finisce in pezzi sulla trincea della Grande Guerra. È il 1915: non c'è più tempo per sfilate e spensieratezza, gli affari declinano e irrompe il rombo dei cannoni. I fratelli Mele cedono l'attività al nipote Davide e pian piano la leggenda dell'emporio più straordinario del Belpaese si spegne. Restano, a perpetuarla, i manifesti.

Dal **Corriere del Mezzogiorno**

In queste due pagine, da sinistra in alto e in senso orario: manifesti di Villa (1899 e 1902), Dudovich (1907), Metlicovitz (1909, particolare), Laskoff (1901)



# Nando Salce: una vita per i manifesti



Il volume del 1997 dedicato al grande collezionista su progetto grafico di Toni Basso, a cura di quest'ultimo e di Andrea Cason

**P**rofessor Manzato, lei attraverso i suoi studi e attraverso la costante presenza come curatore della collezione Salce, nei vent'anni in cui fu direttore dei Musei Civici di Treviso, è la persona che ci può esprimere con maggior chiarezza l'importanza di questa meravigliosa raccolta.

Il lascito avvenne per la precisione nel 1962, poi, per la presa in carico, ci sono voluti molti anni perché non c'era contezza della quantità. Salce, infatti, pensava di aver accumulato 12.000 manifesti, al massimo ne immaginava 14.000, mai più ipotizzando la cifra esatta. Per questo motivo, alla sua morte, è iniziato un lunghissimo lavoro di inventariazione che poi è sfociato in una catalogazione vera e propria durata una decina di anni.

**Addirittura?**

Sì certo, lei pensi 25.000 manifesti il volume che occupano... senza contare tutte le questioni logistiche che ciò implicava: bisognava trovare un luogo adatto, distenderli a pacchi sul pavimento, impiegare un addetto che, prendendo un manifesto alla volta, ne trascriveva i dati sotto la supervisione di Luigi Menegazzi, a cui si deve il grande merito

di averne per primo pubblicato una bella antologia.

**In che anno riuscì a pubblicarla?**

Nel 1974, sotto il patrocinio della Cassa di Risparmio e con un'impaginazione rimasta

storica a firma di Diego Birelli, mitico impaginatore della casa editrice Electa. In questa prima pubblicazione vennero inseriti circa 500 manifesti, molti in bianco e nero in quanto all'epoca non era facile rendere il colore. Un volume adesso introvabile, io ne possiedo una copia dall'epoca perché mio padre allora era cliente della banca.

### Una copia storica quindi?

Direi di sì. Negli anni successivi l'antologia venne ripresa, anche se in maniera parziale. Infatti, sempre Electa pubblicò un volume non commercializzato in cui furono inseriti solo 250 cartelloni. Subito dopo, però, venne diffusa un'altra pubblicazione che finalmente diede notorietà alla collezione, che comprendeva per la precisione 24.580 manifesti!

### Il professor Menegazzi, che ne fu il primo curatore, aveva conosciuto direttamente Nando Salce?

Degli amici comuni, nei primi anni Cinquanta, avevano accompagnato il professore a vedere la famosa soffitta dove erano esposti i manifesti, e ciò permise a Menegazzi di vedere esattamente come il collezionista operava, anche se, purtroppo, non fece in tempo a collaborare. Altri dati importanti sono emersi anche grazie a Giuseppe Mazzotti che nel 1959 curò la mostra del manifesto di montagna e scrisse per il catalogo una bellissima introduzione ricca di notizie storiche. Fu in questa occasione che nacque la leggenda dell'attacchino comunale corrotto da un Salce appena diciassettenne per l'acquisto del suo primo manifesto... comunque, a parte la veridicità o meno dell'aneddoto in sé, quel che sicuramente è certo è che il giovane Nando, nel 1895, fu estasiato dalla bellezza di una donna, le cui sensuali fattezze si scorgevano sotto le trasparenze del vestito, tanto da indurlo a investire una lira per aggiudicarsi questo primo pezzo.

### Che era il manifesto di Giovanni Maria Mataloni...

Sì, quello sulle ardenze a gas con il brevetto Auer. In effetti si tratta di un manifesto bellissimo e particolarmente ardito per l'epoca: un sorri-

**Il manifesto del 1895 per il brevetto Auer di Giovanni Maria Mataloni, il cui acquisto segnò l'inizio della collezione di Nando Salce**





**Un'immagine di Regina Gregorj da ragazza; Gina, di famiglia veneta benestante e di consolidata tradizione industriale, incontrò Nando molto giovane e i due si sposarono nel 1899, poco più che ventenni**

so luminoso di una donna vestita solo di veli, talmente innovativo che Vittorio Pica lo giudicò in un suo articolo alla pari dei più bei manifesti europei.

**Ma l'acquisto di Salce poteva essere stato indotto dalla lettura di questo articolo?**

Secondo me la sua passione per i manifesti era nata dalla semplice curiosità per il nuovo. Non bisogna dimenticare che alla fine dell'Ottocento non c'erano molte altre forme di riproduzione di immagini a colori, certamente le famiglie benestanti potevano disporre di dipinti ma, prima della diffusione della macchina fotografica, i cartelloni erano una grande attrattiva e la gente usciva di casa per vederli. Comunque al di là del primo acquisto, che può essere stato casuale, Salce lesse senz'altro Pica perché quell'articolo venne pubblicato in una antologia di *Emporium* che fu ritrovata nella sua biblioteca.

**La curiosità, quindi, dà il via ma poi inizia una scelta ragionata...**

Sì, perché subito dopo iniziò a documentarsi e a leggere testi utili a un collezionista di manifesti per conoscere gli autori, valutare cartelloni belli e così via. Diciamo che se fosse rimasta una semplice curiosità, seppur dettata da un irrefrenabile gusto estetico, Salce si sarebbe accontentato di un centinaio di manifesti, non ne avrebbe comperati 25.000!

**Poi è stato bello il connubio con un'anima gemella come quella di Regina Gregorj...**

La nipote racconta che si conoscevano fin da bambini, erano pressoché coetanei, lui aveva solo un anno di più della Gina. Quello che a me in particolare ha sempre colpito di quest'uomo è la sua sicurezza nelle scelte: prende una strada e poi va avanti, imperterrita, con grande determinazione. Sia la passione per i manifesti che l'amore per la moglie – persona veramente deliziosa – durarono tutta la vita.

**Anche Gina apparteneva a una famiglia veneta molto benestante?**

Sì, si trattava di una persona colta e ricca; con il matrimonio questi due sposi, che ave-

vano grande affinità intellettuale, unirono pure i loro patrimoni. Mi viene in mente un'immagine che li ritrae da giovani mentre pattinano: sono bellissimi, lui con uno sguardo fiero e felice, lei bella ed elegante anche se sembra un po' intimidita, ma probabilmente solo perché non si sentiva sicura sui pattini. E quel che è incredibile è che rimasero così affascinanti anche in età avanzata.

**Erano tutti e due così determinati e coltivavano entrambi la passione per i manifesti?**

La passione in verità era di Nando, lei lo ha semplicemente assecondato. Diciamo che si volevano bene e si rispettavano, lasciandosi massima libertà di scelta, una coppia molto moderna in tal senso. Nando, per esempio, era agnostico mentre lei era religiosa, allora accadeva che lui l'accompagnasse con il calesse in chiesa, e andasse a farsi un giro per poi passare a riprenderla. Sono stati una coppia fortunata che ha potuto fare una bella vita: Guido Mestriner, l'autista di fiducia, tutti gli anni li portava a fare un viaggio più lungo, in Svizzera oppure in Austria, e poi al mare o



**Sopra: Gina e Nando in barca durante una gita a Sorrento nel 1910**

**A fianco: le piste naturali di pattinaggio che all'epoca si formavano d'inverno a Treviso e dintorni**





**Sopra: il fregio creato da Giovanni Maria Mataloni per Salce come intestazione della sua carta da lettere**

**Sotto: l'acquarello commissionato da Salce al caricaturista Bepi Fabiano per una cartolina di ringraziamento**

alle terme. Inoltre avevano in casa una cuoca fissa, formidabile, che li viziava e portava in tavola i tortellini in una zuppiera fatta con la pasta del pane.

#### **E Nando quand'era a casa si dedicava alla collezione?**

Sì, la mattina sbrigava la corrispondenza e di pomeriggio sistemava la raccolta in soffitta.

#### **Aveva un suo modus operandi meticoloso e concreto...**

Da vero professionista, come se quello fosse il suo lavoro, perseguiva gli obiettivi che si poneva quasi con criterio scientifico. Si può dire senza dubbio che sia stato il primo direttore della sua raccolta!

#### **La corrispondenza e tutta la documentazione rimasta attestano ciò?**

Sì, è molto interessante addentrarsi in questa documentazione. La corrispondenza inizia nel 1898, anno in cui il giovane Salce diventa maggiorenne e decide di sposarsi; prima di questa data aveva anche fatto qualche sporadico acquisto di manifesti ma è in questo anno direi che inizia sistematicamente a occuparsi di questa sua passione. Ciò è documentato dalle lettere che invia agli stessi cartellonisti ma, prima ancora, proprio alle gallerie specializzate; infatti contatta direttamente gli artisti nel momento in cui ha già un gruppo di manifesti, in modo tale da attingere a loro per i pezzi mancanti.

#### **Periodicamente usava inviare ai cartellonisti una lettera con la lista dei manifesti in suo possesso...**

Era quasi una sua strategia che gli permetteva non solo di reperire pezzi che non aveva ma anche di capire quali erano gli orientamenti e gli ultimi lavori; per esempio c'è corrispondenza con lo stesso Mataloni, con Hohenstein che lo rinviò a Sipizzi produttore delle lampade... e poi da quest'ultimo gli arrivavano direttamente i manifesti





ambiti. Inoltre scriveva anche agli editori dei manifesti, ed era talmente caparbio che, anche se all'inizio gli negavano i manifesti richiesti, poi finivano per accontentarlo.

**In questo modo però riuscì ad avere anche tanti doppioni?**

Sì certo. Cercava sempre di avere i doppioni in quanto quelli poi gli servivano per gli scambi, soprattutto allo scopo di avere del materiale appetibile per i galleristi non italiani. Con questo metodo, per esempio, riuscì a ottenere dalle case editrici francesi nientemeno che opere di Leonetto Cappiello.

**Oltre a questa sua concretezza, era anche una persona molto capace?**

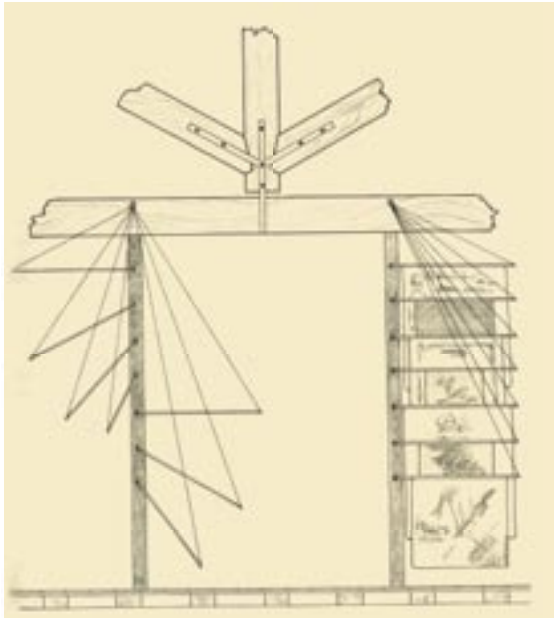
Aveva una personalità poliedrica e piuttosto geniale. Tra l'altro pubblicò anche un volume di studi matematici attinenti all'attività di famiglia: suo padre aveva una ben avviata azienda di tessuti e confezioni all'ingrosso.

**Commerciava a Treviso?**

No, commerciava con tutta Italia; i Mele di Napoli li conobbe grazie all'azienda. Da un documento epistolare risulta, per esempio, che uno dei fratelli Mele una volta si rivolse a Nando perché si interessasse di una certa partita di berretti richiesta al padre. Il giovane Salce ne approfittò subito rispondendo gentilmente di aver passato la pratica a un impiegato e chiedendo, invece, che gli riferissero dell'ultimo manifesto! Diciamo che lo staff alle dipendenze del padre era talmente affiatato che funzionava benissimo anche senza l'attiva collaborazione di Nando, il quale, comunque, dapprima diventò socio del padre, poi ne ereditò l'azienda, ma non ci fu mai bisogno che scendesse in campo veramente, potendo così dedicarsi totalmente ai suoi manifesti.

**Il manifesto di Leonetto Cappiello per la stagione balneare di Livorno del 1901**





**Il disegno del sistema che il collezionista adottò nella soffitta della sua casa di Treviso per dare la possibilità a chiunque di visionare i manifesti (l'immagine reale è stata tratta da un cortometraggio degli anni Cinquanta sulla pinacoteca di carta mai portato a compimento)**

**Lui si era adoperato in un modo particolarissimo, molto creativo, anche per farli vedere?**

Aveva architettato un marchingegno che permetteva di visionarli senza gran fatica, erano esposti non tutti ma i più belli. Sistemati tra due assicelle con una cordicella che teneva in orizzontale due manifesti schiena a schiena e andava a collegarsi a una trave verticale per cui si potevano sfogliare, come riferisce il Mazzotti, alla stregua di grandi pagine di libro che, per le loro dimensioni, creavano un piacevole fruscio...

**Così poteva condividere con gli altri questo piacere?**

Sì, in questa sua vasta soffitta adibita a deposito nella sua casa di Borgo Mazzini a Treviso accoglieva gli amici più fidati ed esistono anche alcuni articoli di giornale che pubblicizzano quella pinacoteca di carta, ma direi che, in fondo, Salce aveva inventato tutto ciò soprattutto per il suo godimento personale.

**Era già famosa questa collezione mentre era ancora in vita il suo artefice, quindi?**

Sì, certamente.

### **C'erano particolari preziosità all'interno di questa raccolta?**

In realtà a parer mio la vera preziosità di questa raccolta sta proprio nella sua ricerca di completezza. Salce non inseguiva solo i cartelloni d'effetto, che potevano venire scelti secondo il gusto personale e in base a un giudizio soggettivo, ma raccoglieva anche quelli meno appariscenti proprio con intento di documentazione. Siamo in presenza di campionature vastissime, anche di manifesti stranieri, con una bella scelta soprattutto per quanto riguarda i francesi, ma anche inglesi, tedeschi... e la collezione annovera perfino manifesti giapponesi!

### **Non si è mai quantificato quanto abbia speso?**

È una questione difficile perché ci sarebbero da mettere in conto anche gli scambi che effettuava con assiduità; comunque, anche senza azzardare una cifra, si è trattato complessivamente di una somma senz'altro assolutamente ingente.

### **Prima di morire era molto preoccupato per le sorti della collezione?**

Certo, perché si rendeva conto che presentava delle problematiche di difficile gestione e la sua città natale – per quanto le fosse molto attaccato – non gli dava particolare affidamento. I musei locali, dopo la guerra, erano appena stati restaurati e la situazione, ancora così fluida, non permetteva di individuare una sede adeguata. Tentò anche con Brera e con gli ambienti universitari, ma non riuscì a concretizzare nulla anche perché la mole di manifesti accumulati spaventava i possibili destinatari del lascito. Inoltre c'è da aggiungere che i tempi non erano ancora maturi per accogliere i manifesti come vere opere d'arte.

### **In tal senso Salce può essere considerato un precursore?**

Senz'altro, perché aveva capito la forza straordinaria che aveva assunto la pubblicità tramite il manifesto e come questo meccanismo aveva influito sul progresso. Si può dire che poi, in tempi più recenti, si è arrivati alla stessa conclusione. Con la mostra



**Manifesto del 1898  
di Adolf Hohenstein per  
A. Calderoni Gioielliere**

**Qui sotto: manifesto  
del 1902 di Aleardo Villa**



del 1989 a Milano intitolata “L’Italia che cambia attraverso i manifesti della raccolta Salce”, infatti, si è ufficializzata questa visione, mentre negli anni in cui Nando coltivava attivamente la passione per la cartellonistica il manifesto era considerato un oggetto effimero a cui non si dava alcun peso. All’epoca non esistevano gli studiosi di questo fenomeno, solo successivamente nacque la rivista specialistica *Parete* e ci fu la formalizzazione di un ruolo quale quello del pubblicitario.

### **E la collezione alla sua morte dove finì?**

Salce a un certo punto fu costretto a fare testamento senza avere la sicurezza di dove sarebbero andati a finire i suoi manifesti. Decise di lasciarli al Ministero dell’istruzione – all’epoca non esisteva quello dei beni culturali – con la clausola che la raccolta fosse conservata in una città del Veneto. In questo modo non escludeva esplicitamente la sua città d’origine, ma lasciava aperte anche altre possibilità, probabilmente Salce pensava a Venezia, essendo sede della Biennale, o a Padova, importante sede universitaria. Treviso, però, di fronte al rischio di perdere la collezione insorse con una sottoscrizione pubblica; Mazzotti stesso, all’epoca direttore dell’ente per il turismo, si mobilitò affermando che era giusto che la raccolta rimanesse nella sua città e individuò una possibile sistemazione in Palazzo Scotti che fece ristrutturare a tal fine.

### **Fu la prima sede della collezione Salce...**

Sì, fu sistemata opportunamente con la collaborazione del professor Menegazzi e venne adottato un ingegnoso sistema, simile al meccanismo della soffitta, per estrarre e visionare i cartelloni.

### **E per quanto vi rimase?**

Per trent’anni, fino a quando nel 1996 presi la decisione di trasferire i manifesti in un’altra sede, che mi dava maggiori garanzie dal punto di vista della sicurezza. Da allora, anziché esposti a mazzi, sono sistemati in grandi cassettiere di ferro; sarà meno suggestivo e meno



“fedele” a Salce, ma certamente più sicuro.

**Nando Salce fu un uomo generoso non solo per quanto riguarda questo lascito, ma anche per tutta la beneficenza che fece in vita?**

È vero, faceva parte di

molte associazioni filantropiche;

inoltre, non avendo lui e la Gina discendenti diretti, lasciò tutti i suoi beni agli istituti di ricovero. C'è ancora adesso a Treviso una “Casa-albergo Salce” che è sostanzialmente la sua abitazione privata adattata a tal fine secondo le sue ultime volontà. Chi l'ha conosciuto di persona lo descrive come un uomo di carattere, molto determinato, ma allo stesso tempo disponibile e simpatico, e buono d'animo.

**Se il signor Salce potesse dedicarsi ancora al collezionismo cosa acquisterebbe?**

Posso dire che la sua sensibilità oggi sarebbe attratta dagli spot pubblicitari, nel senso che l'impatto che avevano i manifesti ai suoi tempi, attualmente ce l'hanno i filmati. Proprio nel 1962, quando Salce muore, *Carosello* è già molto popolare e la pubblicità passa dai muri alla televisione inaugurando una nuova epoca. Tra questi due mondi, si possono facilmente scoprire delle similitudini anche se il mezzo mediatico è completamente diverso. L'atmosfera degli spot che reclamizzano i prodotti della Barilla, per esempio, è la stessa che si ritrova nei manifesti che raffigurano la mamma con i bambini, il loro stupore sapientemente disegnato sui volti infantili induceva la stessa emozione che proviamo oggi davanti alla tivù. E, anche oggi come allora, le pubblicità più belle e più ardite sono quelle che gravitano attorno alla velocità e ai motori... sì direi proprio che, se oggi Salce fosse vivo, la sua passione sarebbe lo spot pubblicitario, naturale discendente del manifesto. Non so però come avrebbe potuto farne collezione! ■

**A fianco: manifesto del 1922 di Josef Maria Auchentaller (1865-1949); a lungo considerato anonimo e recentemente, grazie a uno studio del prof. Manzato, attribuito all'artista viennese, trasferitosi a inizio Novecento a Grado**

**Sotto: Nando Salce fotografato davanti a un manifesto pubblicitario della Pirelli per i “palloni da giuoco”**





## Collezionare: passione, malattia o altro?

Sopra: edizioni d'epoca  
di fumetti italiani

Sotto: particolare di una  
pubblicità per una mostra-  
mercato di collezionismo

In basso a destra:  
modellini di radio d'epoca

Qualcuno ha detto che “essere collezionisti è una malattia, ma è la più bella malattia del mondo”. Forse anche Nando Salce la pensava così quando stipava la sua soffitta di migliaia di manifesti pubblicitari e in effetti non sono pochi coloro che vedono dietro l'atto del collezionare, al di là di un indiscutibile piacere nel fare propri oggetti o altro che interessa, qualcosa di morboso, quasi di patologico.

In anni recenti, psicologi e studiosi del comportamento umano hanno addirittura parlato, in particolare per collezionisti che raccolgono in modo un po' maniacale, di persone affette da gravi traumi infantili in seguito ad abbandoni, separazioni dei genitori, malformazioni varie. Altri, più semplicemente, vedono nel collezionista una specie di “mostro” a più anime: quella sentimentale o della memoria, quella del rapinatore, quella del mercante. Probabilmente c'è un po' di verità in tutti.

Per ora, l'unica cosa certa che si può affermare è che da qualche decennio la passione, la voglia, la mania, la malattia (si chiami come si vuole) di collezionare, da sempre esistita, è cresciuta oltre ogni limite, travalicando barriere sociali, economiche





e di gusto. Si colleziona ormai di tutto ed è quasi impossibile, data l'enorme varietà, fornire un elenco dettagliato dei filoni di collezionismo oggi esistenti.

Basti vedere, oltre alla quantità di libri e riviste specializzate pubblicate negli ultimi tempi, il numero davvero impressionante di negozi di collezionismo, aste, rassegne e mercatini pieni di ogni ben di Dio e assiepati di persone in cerca di qualcosa per la propria collezione. E una volta trovato quel qualcosa... via! A casa a guardarselo, a rimirarselo con calma, a goderselo inserito nell'amata raccolta... ma non tanto a lungo, però, perché la mente già pensa a quello che manca, che si potrebbe aggiungere, a dove trovarlo...

Forse è proprio una malattia. Bella però.

**Pietro Egidi**

**Sopra, da sinistra:**  
 negozio di vecchie locandine cinematografiche e alcuni "calendarietti di barbieri"

**Sotto: figurine, che passione!**



# Il tocco elegante di *Dudovich*



Qui sopra: uno dei primissimi manifesti di Dudovich a noi noti; stampato nel 1899 dalla ditta Chappuis di Bologna, riassume nel geniale slogan la "filosofia" stessa del manifesto pubblicitario

A lato: il giovane Dudovich assieme al padre Antonio agli inizi del Novecento

**D**ott. Curci, Marcello Dudovich si rivela subito come un abilissimo disegnatore, già giovanissimo ha un grande talento?

Sì, si tratta senz'altro di un talento innato perché fin da piccolo aveva una forte propensione al disegno, e inoltre attorno a sé, in famiglia, trovò l'ambiente giusto per farsi le ossa, potremmo dire meglio... l'occhio! Frequentò lo studio del cugino, il pittore Guido Grimani, e l'ambiente del Circolo Artistico triestino. Ma il salto di qualità direi che avvenne a Milano, dove fu mandato dal padre quasi per punizione. Era il 1897, e Marcello non aveva ancora vent'anni.

**Il padre voleva allontanarlo da ambienti che considerava poco virtuosi?**

Più o meno. Nel tentativo di farlo "crescere", il padre lo indirizzò dall'amico Leopoldo Metlicovitz, che si era già ben sistemato alle Officine Grafiche Ricordi. In effetti lì l'artista triestino occupava da qualche anno il ruolo di direttore tecnico, a fianco di un grande direttore artistico qual era Adolf Hohenstein. Quest'ultimo lavorava alla Ricordi dal 1889 ed era orientato, essendosi formato a Vienna, su certi modelli "modernisti" che in Italia non erano ancora arrivati. Hohenstein era abilissimo nel conciliare in maniera estremamente brillante pittura e grafica, sapeva cioè inserire figure trattate pittoricamente, con uso di chiaroscuro e toni ben assemblati, in un contesto grafico Liberty, che prevedeva invece giochi di linee essenziali. Metlicovitz era meno "audace", ma anche nei suoi manifesti pittura e grafica convivevano, spesso molto armoniosamente.







### E il giovane Dudovich?

Dudovich si presenta alla Ricordi e lo impiegano come cromista (non cronista!), cioè come riproduttore cromolitografico di lavori altrui: un ruolo, diciamo, subalterno, e certamente non creativo. Il giovane Marcello ha tuttavia modo di farsi presto notare, e si conquista le prime commissioni da cartellonista. Questa primissima fase milanese è, comunque, di assestamento,

nel senso che Dudovich ha le idee piuttosto con-

fuse, vuole darsi contemporaneamente anche alla pittura e apre uno studio assieme a un amico pittore; inoltre accetta incarichi da altre ditte estranee alla Ricordi. Insomma si barcamena un po', non avendo ancora la certezza del proprio valore, anche perché all'interno della ditta è "oscurato" da due personalità già forti e ben definite.

### Comunque la svolta arriva presto, il carattere lo aiuta nel perseguire il successo?

Di sicuro ha un carattere determinato, un senso dell'ego notevole. Alle volte è anche un po' eccentrico, basti ricordare gli abiti che amava indossare. Anche in questo modo tenta di distinguersi, e ci riesce, tanto da venir notato da un giovane editore bolognese, Edmondo Chappuis, di origine francese. Siamo nel 1899 e Dudovich accoglie l'invito a stabilirsi a Bologna, anche perché gli vengono prospettate grandi cose. Inizialmente però rimane deluso poiché scopre che la ditta Chappuis ha sede in un sottoscala e non ha uno staff di rango. Altro che Ricordi... Comunque lì scatta qualcosa: Marcello partecipa quasi subito al concorso per la promozione delle manifestazioni primaverili che ogni anno si tenevano a Bologna, e per tre anni di fila, con i suoi manifesti, sbaraglia i concorrenti. La sua popolarità cresce a dismisura, ma ciò suscita gelosie e rivalità e nell'ambiente bolognese verrà trattato un po' come un intruso, nonostante avesse stretto contatti con tanti artisti. All'epoca infatti collaborava con una rivista d'avanguardia, *Italia ride*, che tendeva a una semplificazione delle forme, a un disegno piatto, molto contrastato e privo di chiaroscuri. La rivista non ebbe vita lunga, ma per Dudo-

**Il primo dei manifesti – d'impronta ancora allegorica e mitologica – con cui, per tre anni di fila, dal 1900 al 1902, Dudovich s'impose nei concorsi indetti per reclamizzare le bolognesi Feste di primavera**



**A destra: lo sfondo che immerge la figura nell'indefinito è una novità creativa assoluta per gli anni in cui è stato ideato questo manifesto per l'inchiostro *Rapid* (1906, Industrie Grafiche Armanino di Genova)**

**Sotto: il manifesto della donna azzurra per i *Magazzini Mele* risale al 1908 ed è stato oggetto di emissione filatelica della Repubblica Italiana per la "Commemorazione Europa 2003, l'arte dei poster"**



vich fu importante riuscire a contraddistinguersi anche in questo contesto.

**Le lettere di questo periodo testimoniano i successi precoci ma anche le difficoltà...**

In ciò che scrive al padre e alla madre riferisce dei premi e dei successi, ma anche di alcuni screzi con Chappuis e con l'ambiente circostante, tanto che a un certo punto comunica la decisione di lasciare Bologna per accogliere la proposta di un altro stabilimento grafico a Genova, Armanino. Lì starà ben poco e di questo periodo rimarrà un pezzo soltanto, il manifesto per gli inchiostri "Rapid": manifesto che segna però una vera svolta. Il soggetto è una donna che scrive delle lettere, vista di profilo alla scrivania, ed è veramente una sintesi estrema, con l'eliminazione di tutte le ridondanze. Dudovich dà risalto all'essenziale, su uno sfondo blu notte: il volto, la mano, la penna, i capelli di un rosso vivo... tutto il resto è dato per sottinteso.



**Rappresenta una novità forte, un'idea dirompente rispetto agli schemi abituali?**

Sì, Dudovich aveva il coraggio di osare, di esporsi; e forse lo fa più e meglio in questi primi anni, dal 1905 in poi. Già nel 1906 rientra alla Ricordi, e inizia la serie di manifesti per i grandi magazzini napoletani dei fratelli Alfredo ed Emiddio Mele. Non solo l'artista triestino ma tutti i grandi cartellonisti dell'epoca – Hohenstein e Metlicovitz, ma anche Alearo Villa, Leonetto Cappiello, Franz Laskoff, Alearo Terzi – collaboravano a produrre il gran numero di manifesti che la ditta Mele commissionava per tutte le stagioni e anche per le promozioni e le vendite speciali. Un patrimonio importante per capire l'evoluzione del cartellonismo in Italia.

**Dudovich si ispirava sempre alla vita reale?**

Non mi risulta che all'epoca usasse il mezzo fotografico come modello di

riferimento, poiché le immagini rinvenute sono degli anni Venti/Trenta, però certamente aveva già la capacità di cogliere i momenti di vita sociale che si svolgevano attorno a lui con una grazia e una leggerezza che nessun altro possedeva. E poi la scelta che perseguì, delle campiture piatte di colore, delle linee essenziali, dei colori forti e vivi, lo portò a livelli espressivi straordinari. Ma anche usando tinte pastello, tonalità tenui, otteneva i medesimi risultati: uno splendido manifesto per Mele raffigura una donna vestita di azzurro nell'atto di salire in macchina. L'abito non ha il rosso sgargiante che attrae in altri suoi cartelloni, ma colpisce con altrettanta efficacia perché Dudovich era in grado di eccellere usando i registri più vari. Inoltre, fino ad allora, nel manifesto c'era una convivenza forzata tra l'immagine e le scritte, che spiegavano in maniera circostanziata e magari prolissa il movente della *réclame*. Con i manifesti Mele, anche grazie alle dimensioni notevoli – si tratta di pezzi di due metri d'altezza – l'impatto visivo risulta veramente straordinario, con queste donne che paiono uscire dal manifesto e le scritte ridotte all'essenziale.

#### Con questi manifesti si sperimenta una nuova tecnica pubblicitaria?

Sì, naturalmente parliamo delle cose migliori di Dudovich che, secondo me, si collocano tra il 1905/06 e il 1910, epoca del concorso Borsalino, quando inventa il manifesto del cappello duro posato su una poltrona, in un elegante salotto: non presentare la figura umana e limitarsi

a suggerire una situazione, un'atmosfera, è una novità assoluta, c'è forse solo il precedente di

Hohlwein, in Germania. Nel 1911, poi, Dudovich arriva a Monaco di Baviera, invitato dall'editore Langen: realizzerà ancora qualche manifesto per Ricordi, ma in realtà dedi-

cherà la maggior parte del suo tempo a inventare tavole per

la rivista satirica *Simplicissimus*, tavole che poi verranno raccolte in buon numero nell'album *Corso*. Si tratta per lo più di scene del bel mondo: dame e cavalieri, sale da ballo e da gioco, corse di cavalli...



**Quest'opera, particolarmente innovativa poiché priva della presenza umana, non piaceva al "patron" delle Officine Grafiche Ricordi, ma vinse ugualmente il concorso nazionale indetto nel 1910 dalla ditta Borsalino**



**Sopra: Marcello Dudovich, in gondola a Venezia negli anni Venti, assieme a una modella**

**A destra: un manifesto per *La Rinascente*, databile al 1934**

**Sotto: la moglie di Dudovich, Elisa Bucchi, ispiratrice di molti manifesti dell'artista**



### Perché, questa volta sì, fa il cronista?

Questa volta, in effetti, gli viene chiesto proprio di fare l'inviato speciale, e Dudovich documenta con i suoi disegni scene di raffinata eleganza e di bel vivere. Siamo alla fine della Belle Epoque e, tra l'altro, anche sua moglie, Elisa Bucchi, lo seguiva essendo giornalista di moda. La loro unica figlia, Adriana, nasce nel 1911 proprio in Germania, dove la famiglia rimarrà fino allo scoppio della Grande Guerra.

### Lui era già a qual punto un affermato cartellonista?

Certamente, ma direi che già dopo il periodo bolognese Dudovich rappresenta l'artista di grido, il giovane emergente: ammirato, imitato, invidiato. Al rientro in Italia da Monaco si stabilisce a Milano dove, salvo qualche breve parentesi, continuerà a vivere sino alla fine dei suoi giorni.

Frequenta famiglie altolocate che poi anche lo sosterranno, per esempio i Borletti o i Brustio, fondatori della Rinascente, famiglia alla quale sarà legato d'amicizia e che diverrà il suo più importante committente negli anni Venti e Trenta.

Nel periodo della Grande Guerra l'attività cartellonistica "commerciale" ovviamente si riduce; Dudovich comunque eseguirà alcuni manifesti di carattere bellico e molte copertine per riviste. Inoltre inizierà a dedicarsi al manifesto cinematografico. A Torino, capitale dell'industria cinematografica degli esordi, conoscerà un artista francese, Luciano Achille Mauzan, tra l'altro incredibilmente somigliante a lui anche fisicamente, tutti e due alti, biondi, dinoccolati. Lavorano entrambi per il cinema, ma lo



stile del francese risulta un po' greve, plateale. Dudovich invece rimane inconfondibile per il suo gusto leggero, per il tocco unico, decisamente soft.

**Rispecchiava un po' anche la sua vita questo modo di essere artista così...**

Sì, è vero. A Milano sarebbe potuto cadere in una certa ipertrofia dell'ego, che invece non l'ha mai sfiorato. Si considerava con molta umiltà un buon artigiano e non ha mai approfittato della sua fama, rimanendo sempre fedele al suo stile d'arte e di vita. Anche se veniva pagato molto bene, regolarmente era in bolletta, si dice anche perché circondato da troppe donne che gli cadevano ai piedi... Ma in lui non c'era solo il fascino dell'artista, c'era anche il fascino di un uomo molto dolce, molto mite, senza un filo di arroganza. Mantenne ottimi rapporti con la moglie anche se formalmente si divisero; nel 1945, quando lei si ammalò gravemente, Dudovich le stette vicino con grande dedizione fino all'ultimo. Elisa Bucchi gli fece da modella in molte occasioni; poi, negli anni Venti, alla sua subentrò la *silhouette* della figlia, ancora ragazzina; ci sono dei manifesti per La Rinascente dove il taglio alla *garçonne* di Adriana è molto riconoscibile.

**Negli anni successivi in cui in Italia cambiano le mode e gli stili e la maggior parte dei cartellonisti si orienta verso il Novecento o il Razionalismo, Dudovich cosa fa?**

Rimane distaccato e fedele ai suoi schemi, in lui trapela una certa nostalgia per la pittura anche se continua la produzione cartellonistica, in concorrenza – ormai – con una nuova generazione di grandi artisti: Severo Pozzati (Sepo), Marcello Nizzoli e soprattutto Erberto Carboni, che avrà un crescente successo anche nel secondo dopoguerra. Il suo unico "allievo" è il feltrino Walter Resentera, che nel 1935 ne sposa la figlia Adriana. E, inoltrandosi negli anni Trenta, man mano che sentirà in qualche modo esaurirsi l'ispirazione, Dudovich lascerà sempre più spazio al genero, che in effetti lo pungola, incitandolo ad adeguarsi ai tempi nuovi e collaborando attivamente con lui. Forse il Dudovich più significativo degli anni Trenta è quello della "Balilla", manifesto uscito nel 1934. Poi diventa sempre più squadrato, massiccio, novecentista: insomma, com'è stato scritto, "resentereggia", smarrendo via via proprio quella dote di leggerez-



**Manifesto molto noto e dalle linee particolarmente eleganti che Dudovich ideò nel 1934 (molti suoi manifesti sono dedicati ai temi della motoristica, per pubblicizzare i prodotti di Fiat, Michelin, Pirelli e Bugatti)**



Qui sopra: quest'opera del 1955 riporta un'idea estremamente creativa per il soggetto *La Rinascente vacanze*

A destra: carteggio del 1933 fra Dudovich e il direttore generale Marco Ara sulla consegna di alcuni lavori commissionati dalle Generali

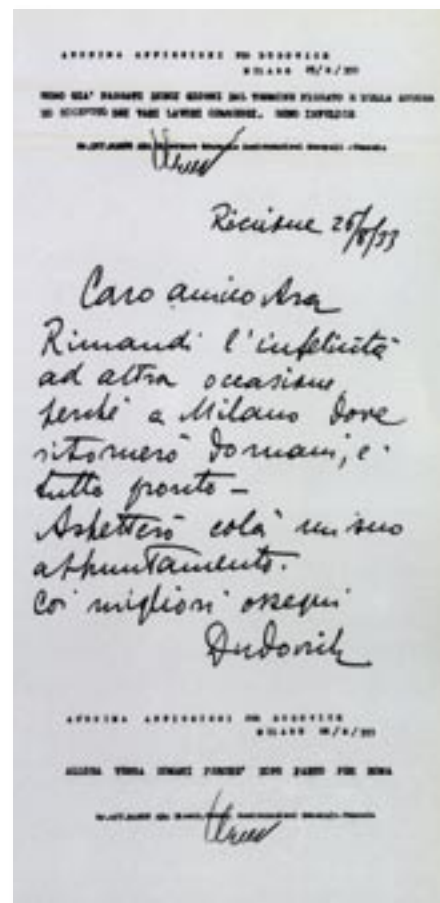
za che era la sua caratteristica principale. E, in effetti, in alcuni manifesti, anche se da lui firmati, si ravvisa chiaramente la mano di Resentera.

**Il primo viaggio in Libia verso il 1936 lo aiuta in questo momento di stasi?**

Senz'altro lo scuote e lo stimola, e gli fa tornare a galla la passione sopita per la pittura. Privilegia la tempera e produce molti meno manifesti, anche se tale attività continuerà sino alla fine degli anni Cinquanta. Avrà ancora delle belle trovate, come l'idea della bagnante stesa su una grande stella marina, in un manifesto del 1955 per *La Rinascente*; ma ovviamente non è più il Dudovich di prima: si rifugia nella pittura, e lo fa nostalgicamente, cioè riprendendo i vecchi temi dell'album *Corso*, la buona società di un tempo perduto, le eleganti *toilette*, e così via.

**Era esigente con se stesso nella definizione delle opere?**

Dudovich aveva un'enorme facilità nel disegno. Come uno scrittore che scriva rapidamente, senza ripensamenti, che non soffra insomma sulla pagina bianca, così lui non soffriva sul bozzetto. Talvolta era pigro e arrivava tardi alle consegne, ma questo faceva parte del suo carattere un po' indolente e dissipato. Comunque gli anni Venti in particolare furono per lui anni di superlavoro, era diventato anche direttore artistico dell'Igap, l'Impresa Generale Affissioni Pubblicità, e fu oberato da un sacco di commissioni e richieste. Nella corrispondenza di quel periodo si legge che certe volte i committenti lo dovevano sollecitare, e lui assicurava che avrebbe consegnato i lavori nei tempi previsti. E, in effetti, nel momento in cui infine si metteva al



lavoro, riusciva a concludere l'opera in tempi molto brevi. Lui sosteneva che "aspettava di entrare in *trance*"; prima magari nicchiava, tergiversava, poi – avuta l'ispirazione – in un battibaleno realizzava il bozzetto.

### Scattava molte fotografie?

Sì, era una pratica molto diffusa. Dalla fine dell'Ottocento in avanti numerosi cartellonisti, ma anche pittori di chiarissima fama, usarono il mezzo fotografico come punto di riferimento. E comunque era uno che portava sempre l'album da disegno con sé. Tutti i disegni rinvenuti di Dudovich (migliaia!) talvolta sono, sì, delle *silhouette* fatte e finite, più o meno perfezionate, ma tante altre volte sono proprio soltanto degli appunti, o degli spunti. Si incantava a fermare sulla carta – a matita o a carboncino – una mano, un piede, un ginocchio, una scarpa, un cappellino: qualunque particolare l'avesse colpito.

### Era fortemente creativo, aveva delle visioni diverse rispetto alla normalità della gente?

Era geniale, di sicuro, ma non penso che immaginasse "altre cose" rispetto alla realtà, semplicemente riusciva a cogliere la quintessenza di certe situazioni che poi ruotavano spessissimo attorno all'universo femminile. Era quello il suo grande interesse: la donna, che fin dagli anni suoi era la protagonista della *réclame* del manifesto murale, come oggi lo è degli spot televisivi; e lui per la donna aveva un grande trasporto, una sincera ammirazione, ciò che gli permetteva di ricreare nei manifesti il mistero femminile. Tantissime sue figure femminili presentano il volto nascosto: o il cappello calato adombra il viso oppure addirittura la donna è raffigurata di spalle.

### Quindi si può dire che la sua vita interiore sia molto presente nelle sue opere?

Decisamente questo mondo così misterioso, di cui lui percepiva il fascino, animò le sue opere e determinò le sue scelte stilistiche. Il suo modo di "catturare" il *quid* della femminilità e la capacità di trasporre tali sensazioni nei disegni lo portarono a risultati espressivi ineguagliabili. Comunque Marcello Dudovich era un uomo sostanzialmente semplice e trasparente, non aveva zone d'ombra. E direi che sono proprio le opere e le migliaia di disegni delle varie collezioni che parlano per lui: una persona rara, molto limpida e, oserei dire, felicemente ingenua. ■



Fotografia propedeutica al manifesto che Dudovich realizzò nel 1928 per le Assicurazioni Generali (sotto, un particolare)





**Antonio Dudovich in divisa da garibaldino e il Quartetto Triestino (da sinistra Jankovich, Viezzoli, Baraldi e Manlio Dudovich)**

## Casa Dudovich: arte, cultura e amor di patria

**M**arcello Dudovich nasce a Trieste il 21 marzo 1878. Il padre Antonio, originario di Traù (oggi Trogir), in Dalmazia, è un impiegato delle Assicurazioni Generali. Fervente irredentista, ha indossato la camicia rossa garibaldina, combattendo con l'eroe dei due mondi a Bezzuca (1866) e Digione (1871). La madre, la triestina Elisabetta (Elisa) Cadorini, è un'eccellente pianista. Sarà, sempre, una madre amorevole e amatissima.

In casa si respirano arte, cultura e amor di patria. Marcello è il terzo di quattro fratelli: Maria (1873), Itala (1874) e Manlio (1882). Quest'ultimo diverrà un noto violinista e suonerà per trent'anni nel prestigioso Quartetto Triestino assieme a Jankovich, Viezzoli e Baraldi, facendo *tournee* in tutto il mondo.

Cugino di Marcello per parte materna è il pittore Guido Grimani (1871-1933). Giovanis-

simo, Dudovich frequenta gli atelier dei pittori triestini e partecipa alle festose "sabbatine" del Circolo Artistico, esibendosi anche in gustose scenette in abiti femminili. Negli anni degli studi alla Scuola per capi d'arte (1893-95) esercita su di lui notevole influenza Arturo Rietti: lo conferma l'*Autoritratto* a pastello eseguito da Marcello verso il 1895.

A Bologna, dove lavora tra il 1899 e il 1905, incontra la faentina Elisa Bucchi, giornalista di moda, che diverrà sua moglie. L'uni-







Marcello Dudovich nell'*Autoritratto* del 1895 ca e il giorno del matrimonio di Adriana, nel 1935, con la moglie e gli sposi

A destra: *Ritratto della sorella Itala*, 1930 ca

ca figlia di Elisa e Marcello, Adriana, nasce a Monaco di Baviera, nel 1911, quando Dudovich lavora per la rivista *Simplicissimus*. Nel 1935 Adriana sposerà un giovane pittore veneto originario di Seren del Grappa, Walter Resentera, che anni prima si era recato a Milano col fermo proposito di diventare allievo dell'ammiratissimo Dudovich: insieme i due artisti collaboreranno sia nel campo del manifesto sia in quello della decorazione murale.

Agli anni Trenta risale il *Ritratto della sorella Itala*, una delle opere pittoriche più intense di Dudovich. La figlia di Itala, Nives Comas Casati, diviene allieva e modella dello zio Marcello. È, a sua volta, pittrice di dignitoso livello.

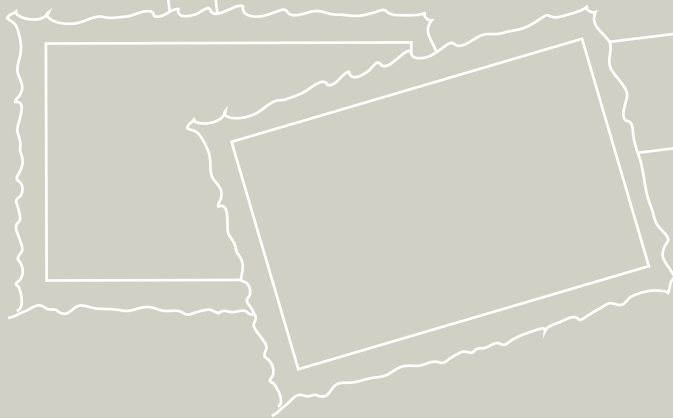
**Roberto Curci**



# L'immagine

Scorrendo le immagini e leggendo i testi introduttivi di Pietro Egidi ripercorriamo la storia della comunicazione d'impresa sviluppata nel segno dell'arte dalle Generali e dalle compagnie che oggi sono nel Gruppo: manifesti, calendari, locandine e alcuni esempi di "piccola pubblicità" si alternano alle schede sui più famosi illustratori chiamati a realizzare queste opere.

<b>CAP. I</b>	Il leone si colora...	50
<b>CAP. II</b>	Le grandi italiane del Gruppo	58
<b>CAP. III</b>	Campagna, contadini e Grande Guerra	66
<b>CAP. IV</b>	Il "segno" di Dudovich	82
<b>CAP. V</b>	Le italiane tra le due guerre	94
<b>CAP. VI</b>	Boccasile e altri	110
<b>CAP. VII</b>	Tra guerra e ricostruzione	120
<b>CAP. VIII</b>	Piccola... ma efficace	134
<b>CAP. IX</b>	All'estero	152
<b>EXTRA</b>	Fumetti e vignette d'autore	164



# Il leone si colora...

**ASSICURAZIONI GENERALI  
E SOCIETÀ AFFILIATE:  
DAI CALENDARI DI FINE  
OTTOCENTO AI PRIMI  
MANIFESTI**

**N**ella seconda metà dell'Ottocento, in particolare dagli ultimi decenni, grazie anche all'evoluzione delle tecniche tipo-litografiche, l'illustrazione e la grafica pubblicitaria iniziano a diffondersi in larga misura, sulla spinta di un'industrializzazione e di uno sviluppo economico sempre più diffusi.

Le imprese, consolidate o in via di affermazione, intuiscono l'importanza di una visibilità che deve adeguarsi ai tempi, aprendosi alle nuove forme della comunicazione commerciale che trova nei manifesti cromolitografici, sullo scorcio dell'Ottocento, il veicolo-principe, affiancato da altri mezzi di promozione in cui l'illustrazione e la grafica a colori divengono preponderanti e sempre più incisive.

È quanto faranno anche le Assicurazioni Generali, con la diffusione di calendari murali illustrati negli anni Novanta dell'Ottocento e i primi manifesti figurati nei decenni iniziali del Novecento, entrambi incentrati su Venezia, con le sue vedute e i suoi simboli caratteristici tra i quali, ricorrente, il leone marciano.

Alla grande visibilità dei manifesti, di schema tuttavia più tradizionale in cui scritte e cifre occupano quasi per intero lo spazio, ricorreranno presto anche l'Anonima Grandine e l'Anonima Infortuni, le due società create dalle Generali nel 1890 e nel 1896.

Spicca, tra i cartellonisti che lavorarono per la Compagnia nei primi decenni del Novecento, il nome di Plinio Codognato, autore di materiale pubblicitario anche per società acquisite negli anni dal Gruppo Generali.





Calendari murali  
 del 1892 e del 1894

**ASSICURAZIONI GENERALI**  
**VENEZIA**



ANNO DI FONDAZIONE 1831

**ASSICURAZIONI VITA INCENDI TRASPORTI E FURTI**

CAPITALE SOCIALE L. 13.230.000  
DI CUI VERSATI 4 DECIMI  
FONDI DI GARANZIA L. 358 MIL.  
DANNI PAGATI DALLA FONDAZIONE  
1 MILIARDO E 26 MILIONI  
CAPITE ASSICURATI SULLA VITA IN VIGORE  
1 MILIARDO E 85 MILIONI

ASSICURAZIONI GENERALI VENEZIA

**ASSICURAZIONI GENERALI VENEZIA**

PREVIDENZA  
RISPARMIO

ANNO DI FONDAZIONE 1831  
CAPITALE SOCIALE INTIERAMENTE VERSATO  
L. 13.230.000



**VITA-TRASPORTI INCENDI - FURTI**

FONDI DI GARANZIA L. 412 MILIONI  
DANNI PAGATI UN MILIARDO E 69 MILIONI  
ASSICURAZIONI SULLA VITA IN VIGORE :  
UN MILIARDO E 161 MILIONI

RAPPRESENTANTE IN  
Soc. ....

In queste due pagine, da sinistra:  
manifesti della Compagnia realizzati  
da G. L. Sormani (1910 ca),  
F. Chiurlotto (1911/12),  
autore anonimo (1913/15),  
P. Codognato (1920 ca)



## focus

Alla città di Venezia e al leone alato, protagonisti dei primi manifesti realizzati dalle Generali, si collega anche un'altra "tradizione d'immagine" della Compagnia: quella degli arazzi esposti a festa sulle Procuratie in piazza San Marco, secondo una tradizione nata in occasione delle cerimonie religiose all'epoca dei dogi e ancora oggi ripresa nei giorni di festa nazionale. Gli arazzi originali furono commissionati dalle Generali alla rinomata manifattura di tessuti artistici Fortuny con una scelta di colori che ricordava i drappi preziosi dei secoli d'oro dell'arte veneziana. Dopo che l'usura del tempo aveva reso inutilizzabili gran parte di questi, altri drappi sono stati realizzati nel 1983 dalla Tessitura Bevilacqua, con felice sintesi tra l'esperienza del passato e le tecnologie moderne.





**SOCIETÀ ANONIMA**  
DI  
**ASSICURAZIONI A PREMIO FISSO**  
**CONTRO LA GRANDINE**

SEDE IN **MILANO** PIAZZA CORDUSIO 2  
CAPITALE VERSATO L. 1.200.000,00

CAPITALE SOCIALE L. 4.000.000,00  
RISERVA STATUTARIA (AL 31 DICEMBRE 1899) L. 2.200.074,00  
ALTRE RISERVE SPECIALI 965.466,00  
TOTALE CAPITALI E RISERVE L. 7.255.410,00  
OLTRE ACCANTO DEI PREMI ANNI DI CURA L. 3.300.000,00

LA SOCIETÀ ASSICURA I PRODOTTI CAMPESTRI  
COI PATTI DI **PREMIO FISSO**  
**RISARCIMENTO INTEGRALE**  
E **PARTECIPAZIONE** DEGLI  
**ASSICURATI AGLI UTILI.**

Premiata con Medaglia d'Oro  
All'Esposizione Internazionale  
TORINO 1898

DAL 1890 AL 1899 CAPITALI ASSICURATI L. 518.060,941  
RISARCIMENTO PROFITO L. 18.750.160,00

**CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE**

CONDIRETTORE: **GIULIO BIANCHI**  
V. DIRETTORE: **GIULIO BIANCHI**  
DIREZIONE: **GIULIO BIANCHI**

Rappresenta in di Sp

**SOCIETÀ ANONIMA ITALIANA**  
DI ASSICURAZIONE CONTRO GLI **INFORTUNI**

Capitale Sociale L. 5.000.000 - Versato L. 2.000.000  
Fondi di Garanzia al 31 Dicembre 1901: L. 11.838.817

MILANO - Piazza Cordusio, 2

**ASSICURAZIONI CONTRO GLI INFORTUNI**  
«anni accidentali alle persone»  
**INDIVIDUALI** a favore di ogni classe di cittadini  
**COLLETTIVE** a favore degli operai a norma di legge.  
**FERROVIARIE** a premio unico nei viaggi su ferrovie, tramvie, ecc. (in tutti i paesi del globo)

**ASSICURAZIONI della RESPONSABILITÀ CIVILE**  
veramente a qualunque esercizio industriale, commerciale, ecc. - incombente ad Amministrazioni Provinciali e Comunali per es. Ospedali, Case di Ricovero, Scuole ecc. ad Amministrazioni private per es. Proprietari di stabili, a Professionisti (per es. Medici, Farmacisti, ecc.) come all'uso di qualunque sport (per es. ciclismo, automobilismo, caccia, equitazione, ecc.)

**ASSICURAZIONI dei CRISTALLI, VETRI e SPECCHI**

Rappresenta in \_\_\_\_\_ in \_\_\_\_\_

**AGENTE DELLE ASSICURAZIONI GENERALI VENEZIA**





# Cultura e svago a fine Ottocento

Gli italiani che a fine Ottocento sanno leggere (circa uno su due) si appassionano alle avventure degli eroi salgariani. Negli stessi anni vengono sviluppate nuove invenzioni e nascono forme di svago che saranno le grandi passioni del secolo successivo.



Sopra: manifesto dell'Anonima Infortuni (1923)

Nella pagina a fronte: manifesti dell'Anonima Grandine (1900) e dell'Anonima Infortuni (1914)



1



3



4



2

- 1 Una formazione del Genoa Cricket and Football Club che dal 1898 al 1900 vince i primi tre Campionati italiani di calcio
- 2 La copertina di Giuseppe Gamba per la prima edizione del romanzo *I pirati della Malesia* di Emilio Salgari (1896)
- 3 La Fiat 3 ½ HP, prima automobile costruita dalla casa torinese nel 1899
- 4 Guglielmo Marconi e il suo "telegrafo senza fili" negli esperimenti del 1897 nel golfo della Spezia

## Il “cantore” delle macchine e della velocità



**L'**artista fa parte del novero dei più bravi e prolifici cartellonisti e illustratori italiani, attività cui si dedicò presto dopo aver frequentato a Verona, dove nacque nel 1878, una scuola di pittura e poi l'Accademia sotto la guida di Mosè Bianchi. Le prime esperienze come cartellonista sono legate ad alcuni manifesti degli inizi del Novecento per fiere e ditte della sua città e per rappresentazioni all'Arena.

Fondamentale, per la prosecuzione e la crescita della sua carriera di grafico pubblicitario, fu il trasferimento, verso il 1918, a Milano, centro in quegli anni di importanti aziende specializzate nella realizzazione e la stampa di affiches.

Il contatto con la città e le notevoli capacità artistiche gli procurarono presto commissioni da parte delle maggiori industrie lombarde e non solo (Campari, Pirelli, Ansaldo, Atala, Bianchi, Frera, Cinzano, Fiat, Liebig) che si affidarono al suo talento per la creazione di manifesti e di altro materiale pubblicitario.

Nel frattempo continuò anche l'attività di illustratore, collaborando con numerosi periodici, come il secolo XX, La Lettura, L'Illustrazione Italiana.

Per circa vent'anni ha curato la comunicazione pubblicitaria della Fiat, per la quale ha creato importanti manifesti, compresa la Rivista Fiat, tra le più note e stimate fra quelle aziendali. E proprio nel mondo dei motori, delle macchine e della velocità, che esercitavano su di lui un fascino par-





Nella pagina a fronte:  
**Grafoni Columbia** (1910/15),  
**Circuito di Cremona** (1924),  
**Pirelli** (particolare di una  
 latta litografata, 1930 ca)

In questa pagina: **Frera** (1925 ca)  
 e due **affiches** per la **Fiat**  
 del 1928 ca (a fianco)  
 e del 1923 (sotto)

*icolare, Codognato ha espresso, per giudizio unanime, il massimo del suo talento, con manifesti molto apprezzati e divenuti famosi, soprattutto quelli relativi a gare automobilistiche in vari autodromi dell'epoca. Per la capacità di rendere il senso del movimento e del dinamismo attraverso la sfumatura dei contorni delle figure, tecnica mediata dal Futurismo e che fu tra i primi a sperimentare, è stato definito il "cantore della velocità in cartellone".*

*All'attività grafica e di illustratore, cui si è dedicato a lungo, Codognato ha sempre accompagnato quella di pittore.*

*La sua vita e la sua carriera, dopo gli anni trascorsi a Verona, sono state strettamente legate alla città di Milano, che ne ha consacrato le grandi doti artistiche e dove è morto nel 1940.*



# Le grandi italiane del Gruppo

## TORO, ALLEANZA E INA: LA CARTELLONISTICA TRA FINE OTTOCENTO E PRIMO NOVECENTO

**N**el periodo di comunicazione pubblicitaria d'epoca preso in considerazione da questo volume, dallo scorcio dell'Ottocento ai primi anni Sessanta del secolo scorso, si sono sviluppate o sono nate alcune importanti aziende assicuratrici italiane entrate a far parte, nel corso degli anni, del Gruppo Generali.

A cominciare, per data di fondazione, dalla Toro, sorta a Torino nel 1833 e acquisita dal Gruppo in tempi recenti (2006), di cui rimangono, in generale, poche testimonianze relative al periodo di promozione e comunicazione aziendale preso in esame.

Al 1934 risale, invece, l'acquisizione di Alleanza Assicurazioni, nata a Genova nel 1898; anche per questa compagnia la documentazione sull'attività promozionale svolta in passato risulta limitata, costituita, per l'epoca in questione, da alcuni manifesti degli inizi del Novecento di chiara impostazione Liberty.

Nel 2000 è stato acquisito l'Istituto Nazionale delle Assicurazioni (Ina), sorto a Roma nel 1912, il cui logo storico, il seminatore ideato all'epoca da Andrea Petroni e ripreso poi da altri grafici pubblicitari che hanno lavorato per l'Istituto, è rimasto in uso per oltre mezzo secolo. All'abbondante produzione cartellonistica e promozionale in genere dell'Ina, affidata presto a grossi nomi di artisti e grafici del settore come Leopoldo Metlicovitz e Plinio Codognato, si unirà in seguito quella relativa a società controllate sorte negli anni Venti.



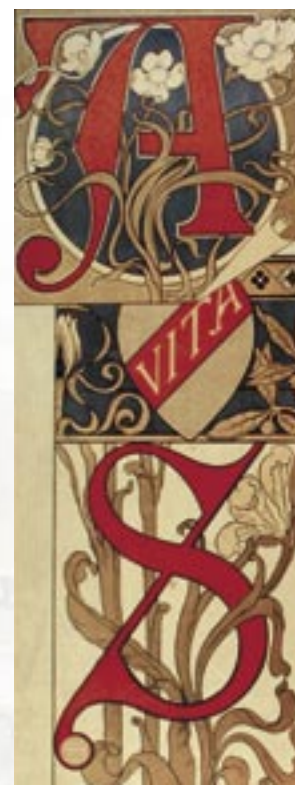
A fianco: il seminatore, simbolo storico dell'Ina (particolare del manifesto di Petroni visibile a pagina 62)

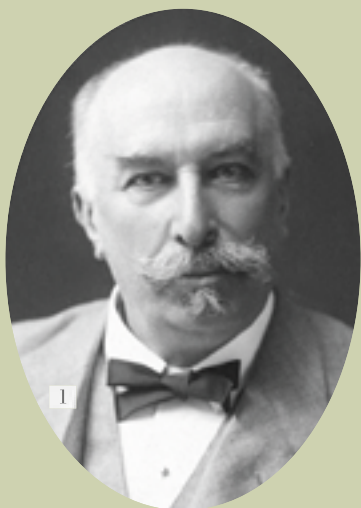




In alto, da sinistra:  
manifesti Alleanza  
di L. Guerrini (1901)  
e di autore anonimo (1905 ca)

Ai lati: particolare del  
manifesto di Guerrini  
e di un'altra affiche  
Alleanza dei primi del  
Novecento.





1

## L'età giolittiana

La legge del 1912 che porta alla nascita dell'Istituto Nazionale delle Assicurazioni è una delle principali riforme della cosiddetta età giolittiana (1903-1914), dal nome di Giovanni Giolitti che in questo periodo guidò a più riprese il governo italiano.



3

1 È datata 1912 anche un'altra importante riforma legata al nome di Giolitti (nella foto): l'introduzione del suffragio universale maschile

2 Lavoranti di sartoria: nell'età giolittiana furono introdotte leggi volte a tutelare il lavoro femminile e infantile

3 Un disegno di Achille Beltrame celebra la vittoria nella guerra italo-turca (1911-1912) che portò alla conquista della Libia

4 Ad esaltare la guerra, "sola igiene del mondo", sono soprattutto i futuristi, fautori di un rinnovamento radicale nell'arte e nella società



2



4



Qui sopra, da sinistra:  
manifesti Ina di Petroni  
(1912) e di Codognato  
(1914) che riprende la  
figura del seminatore  
ideata dal primo

Nella pagina a fronte:  
manifesto Ina di  
Metlicovitz (1914)





ISTITUTO  NAZIONALE  
DELE ASSICURAZIONI

CAPITALI ASSICURATI OLTRE 1 MILIARDO - POLIZZE GARAN-  
TITE DALLO STATO - CAPITALI E RENDITE INSEQUESTRABILI



A fianco: Leopoldo Metlicovitz

Sopra: E. & A. Mele & C. (1907)

Sotto: Distillerie italiane (1899 ca)

In basso a destra: Gianni Schicchi (particolare del manifesto, 1919 ca)



## Uno dei grandi maestri dell'arte del manifesto

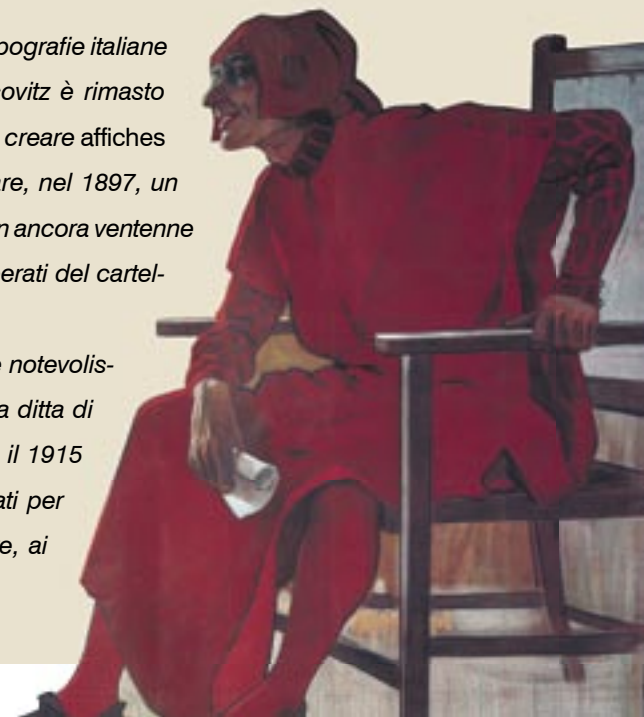


**N**ato a Trieste nel 1868, Metlicovitz è stato tra i primi e maggiori esponenti del cartellonismo italiano. Fu attivo soprattutto tra fine Ottocento e la prima guerra mondiale, ossia nella fase iniziale di questa produzione, influenzata a lungo dagli stili dell'Art Nouveau. Per anni l'artista si ispirò, in particolare, a schemi e modelli ripresi dallo Jugendstil tedesco. Giovannissimo si recò a lavorare come aiuto-litografo in una tipografia di Udine per poi trasferirsi a Milano dove, intorno al 1892 e dopo un breve periodo alla ditta Tensi, entrò stabilmente nelle

Officine Grafiche Ricordi come direttore tecnico addetto al trasferimento di disegni su pietra litografica. Importante, per la sua formazione di cartellonista, fu la presenza, alla Ricordi, di Adolf Hohenstein, direttore artistico dal 1889, e di altri due pionieri e grandi del genere: Giovanni Maria Mataloni e Aleardo Villa.

Alla Casa Ricordi, tra le prime e più importanti tipografie italiane specializzate nella stampa di manifesti, Metlicovitz è rimasto legato per quasi tutta la sua carriera, iniziando a creare affiches intorno al 1896/97 e chiamandovi a collaborare, nel 1897, un altro triestino, Marcello Dudovich, all'epoca non ancora ventenne e destinato a diventare uno dei maestri insuperati del cartellonismo.

La produzione di Metlicovitz per la Ricordi è notevolissima: dalle serie di cartelloni eseguiti per la ditta di abbigliamento Mele di Napoli tra il 1899 e il 1915 e per numerose altre aziende a quelli creati per l'ambito musicale, operistico in particolare, ai





*tanti elaborati per mostre, esposizioni ed eventi di varia natura. Di questi, molti sono notissimi e costituiscono delle pietre miliari della storia italiana, e non solo, del cartellonismo.*

*Al suo grande talento creativo sono legati, tra l'altro, importanti marchi di fabbrica, come quello ideato nel 1899 per il Fernet Branca e ancora oggi in uso, con un'aquila maestosa che ghermisce la bottiglia di liquore volando sopra il globo terrestre.*

*Intensa è stata anche la sua attività di illustratore per riviste, tra le quali Ars et Labor, La lettura e Almanacco italiano.*

*Nel 1907 e nel 1910 compì, su invito di Giulio Ricordi, due viaggi in Argentina dove l'editore voleva affidargli, sembra, la gestione di un'azienda grafica creata in quella nazione. Dal 1911, e per qualche anno, si dedicò anche alla creazione di manifesti cinematografici, dei quali rimane famosa un'affiche della serie elaborata per Cabiria, un celebre film muto del 1914 di cui Gabriele D'Annunzio curò il soggetto e le didascalie.*

*Nel 1915, dopo avervi soggiornato per lunghi periodi, Metlicovitz si trasferì definitivamente con la famiglia nella sua casa di Ponte Lambro. Cominciò a dedicarsi prevalentemente alla pittura, in particolare di paesaggi e ritratti, continuando comunque l'attività grafica e cartellonistica che dagli anni Venti, e soprattutto dai Trenta, risente in qualche misura di influssi "novecentisti".*

*Finito in modo brusco, dopo decenni di intensa collaborazione, il rapporto con le Officine Ricordi, l'artista triestino si ritirò sempre più in se stesso, coltivando, negli ultimi anni di vita, la grande passione per la pittura. Morì a Ponte Lambro nel 1944.*



**In questa pagina, da sinistra in alto: Mostra del ciclo e dell'automobile (particolare del manifesto, 1905), Inaugurazione del Sempione - Esposizione Internazionale Milano (particolare del manifesto, 1906), Cabiria (1914)**

# Campagna, contadini e Grande Guerra

## GLI "ALMANACCHI" DELL'ANONIMA GRANDINE

La copertura per i danni da grandine fu avviata dalle Generali nel 1836, limitata inizialmente ad alcune province lombardo-venete ed emiliane. Nel 1889, dopo alcune annate con gravi perdite d'esercizio, la Compagnia decise di chiudere questo tipo di copertura, promuovendo tuttavia la costituzione a Milano, nel marzo 1890, della "Società anonima di assicurazione a premio fisso contro la grandine", un organismo a sé stante che poteva sfruttare la collaudata rete agenziale della casa madre.

La nuova società, nota poi come Anonima Grandine, pur ricorrendo, come si è visto, all'utilizzo di manifesti per divulgare la propria immagine e i servizi offerti, puntò principalmente, dai primi anni del Novecento, su un altro mezzo promozionale che sarebbe durato a lungo: gli "almanacchi" illustrati (da sempre definiti così nella tradizione dell'azienda, ma in realtà calendari murali), incentrati sul mondo contadino e i lavori nei campi. Fino al 1914 i "quadri" centrali dei calendari, stampati dallo stabilimento Gustavo Modiano di Milano, furono creati da vari artisti, molti dei quali anonimi; poi, per circa un quindicennio e a parte un paio realizzati da Osvaldo Ballerio, vennero affidati alla maestria pittorica di Achille Beltrame, il famoso illustratore de *La Domenica del Corriere*.

Nei calendari di Beltrame degli anni 1916/17/18 e 1920 predominano i riferimenti alla guerra, stemperati nell'atmosfera tranquilla e un po' idilliaca di borghi e aie contadine, mentre la sua seconda serie, dal 1923 in poi, è dedicata esclusivamente all'ambiente campagnolo e alle varie attività agricole.

Estremamente importante, per la classificazione delle opere grafico-pittoriche realizzate da Beltrame nella sua lunga carriera, compresi i bozzetti per calendari e altro materiale pubblicitario dell'Anonima Grandine, è stato il rinvenimento di un quaderno autografo in cui l'artista riporta, anno per anno, i lavori eseguiti, i titoli dati a molti di essi, i committenti e il compenso richiesto.





**Nella pagina a fronte: particolare di un bozzetto a olio non firmato (1910 ca) utilizzato probabilmente per un calendario dall'Anonima Grandine**

**In questa pagina: calendario del 1903 illustrato da L. Fontana**



## focus

L'Esposizione Universale del 1900 si tiene a Parigi dal 14 aprile al 10 novembre e supera la quota di 50 milioni di visitatori (solo quella di Osaka del 1970 farà altrettanto). Molti monumenti parigini vengono costruiti per l'occasione, inclusi la Gare de Lyon, la Gare d'Orsay (ora Museo d'Orsay), il Ponte Alessandro III, il Grand Palais, La Ruche e il Petit Palais. L'evento vede il trionfo del cinematografo dei fratelli Lumière e nello stesso anno Parigi ospita anche la II Olimpiade dell'era moderna. All'Esposizione si fa notare l'Anonima Grandine (nella foto il frontespizio del bilancio presentato all'evento) che negli anni successivi adorerà i propri "almanacchi" con la medaglia ottenuta a Parigi e con l'altra vinta all'Esposizione nazionale di Torino 1898.



Nella pagina a fronte,  
da sinistra: calendari del  
1905 e del 1908, entrambi  
di autori anonimi

In questa pagina:  
calendari del 1910,  
del 1913 con illustrazione  
firmata L. Bacorigi  
e del 1914

A fianco, dall'alto:  
 calendari degli anni  
 1916, 1917, 1918 con  
 illustrazioni di  
 Beltrame che furono  
 utilizzate anche per  
 cartoline pubblicitarie







In alto, da sinistra:  
calendario del 1920 illustrato  
da Beltrame e bozzetto  
a olio dello stesso autore  
impiegato dall'Anonima Grandine  
per cartoline pubblicitarie  
e, probabilmente, per un  
calendario

A fianco: particolare  
del bozzetto in alto



## “Ma nel cuore nessuna croce manca”

Quattro scritti famosi, uno per ogni anno di guerra; quattro immagini che ripercorrono mezzo secolo di storia italiana, dalle battaglie garibaldine alle imprese dannunziane.



2 “Di queste case non è rimasto che qualche brandello di muro / Di tanti che mi corrispondevano non è rimasto neppure tanto / Ma nel cuore nessuna croce manca / È il mio cuore il paese più straziato” (Giuseppe Ungaretti, da *San Martino del Carso*, 1916)

3 “Ma questa non è ora di rimpianti. È ora di dovere, di sacrificio, di azione. Nulla è perduto se lo spirito della riscossa è pronto, se la volontà non piega” (gen. Luigi Cadorna, dall'ordine del giorno del 7 novembre 1917, dopo la battaglia di Caporetto)

4 “Noi voliamo su Vienna, potremmo lanciare bombe a tonnellate. Non vi lanciamo che un saluto a tre colori” (Gabriele d'Annunzio, dal volantino del raid del 9 agosto 1918)



1 “Camerata di Bezzecca, mio vecchio portabandiera, va' te sul Podgora, e porta la mia bandiera!” (Giulio Camber-Barni, da *La canzone di Lavezzari*, in onore di Giuseppe Lavezzari, ex garibaldino, volontario caduto sul Podgora nel 1915, a 66 anni)





Calendari degli anni 1921  
 (La canapa) e 1922  
 (Frumento) illustrati  
 da Osvaldo Ballerio





Sopra, da sinistra: bozzetto a olio firmato V. Polli utilizzato probabilmente dall'Anonima Grandine per un calendario o per altro materiale promozionale; calendario del 1923 illustrato da Beltrame (*Risaie*)

Nella pagina a fronte: particolare del calendario del 1923 e acquarello di Beltrame per l'Anonima Grandine riferibile allo stesso anno (*La raccolta dell'uva*) e impiegato per materiale promozionale





In questa pagina, sopra:  
 calendario del 1926 illustrato  
 da Beltrame (*La mondatura  
 del grano*); a fianco: dettaglio  
 del calendario del 1927

Nella pagina a fronte:  
 calendari di Beltrame  
 del 1927 (*Il raccolto dell'uva*),  
 del 1928 (*Il raccolto dei  
 pomidori*) e particolare  
 di un bozzetto dell'artista del  
 1928 (*Il raccolto del tabacco*)  
 utilizzato, probabilmente,  
 per il calendario dell'anno  
 seguente

**SOCIETÀ ANONIMA ITALIANA**  
**DI ASSICURAZIONE *GRANDINE* e di RIASSICURAZIONI**  
 CON SEDE IN MILANO 1<sup>o</sup> CORPUSCOLO

**1927**



**1927**

L'Assicurazione è garantita da **ASSICURAZIONI GENERALI DI VENEZIA**

**SOCIETÀ ANONIMA ITALIANA**  
**DI ASSICURAZIONE *GRANDINE* e di RIASSICURAZIONI**  
 CON SEDE IN MILANO 1<sup>o</sup> CORPUSCOLO

**1928**



**1928**

L'Assicurazione è garantita da **ASSICURAZIONI GENERALI DI VENEZIA**





A fianco e sotto:  
bozzetti a olio di Beltrame  
degli anni 1929 (*Il raccolto  
del grano*) e del 1931 (*Aratura*)  
utilizzati probabilmente  
per i calendari degli anni  
successivi





# Dagli affreschi alla grafica pubblicitaria

**D**opo gli studi accademici a Milano, dove è nato nel 1870, si è dedicato presto all'attività di pittore e decoratore, raggiungendo una discreta fama con affreschi e decorazioni in varie chiese della Val d'Intelvi, compresa la realizzazione di alcune pale d'altare.

La sua attività di grafico pubblicitario, iniziata a Milano presso l'editore Fumagli e lo Stabilimento Litografico Fraschini, è stata abbastanza intensa, accompagnata a quella di illustratore di libri e cartoline. Rimangono famose, in particolare, alcune serie di vignette di satira politica.

Intorno al 1920 è iniziata la sua collaborazione con l'editore Chappuis di Bologna, per il quale ha lavorato a lungo.

Ha prodotto manifesti e altro materiale pubblicitario per numerose industrie, società, mostre ed esposizioni; il suo stile, legato inizialmente a schemi Liberty mediati soprattutto dai lavori di Adolf Hohenstein, presenta, in alcuni casi, soluzioni e atmosfere che richiamano vagamente la grafica dell'americano William Bradley, attivo negli stessi anni. È morto ad Azzate nel 1942.

Sopra: *Biciclette marca "Milano"* (1912)

In basso a destra: *Esposizione Internazionale di Automobili* (1908)

A fianco: *Ch. Lorilleux & C.ia* (1895 ca)



## ... ovvero *La Domenica del Corriere*, “il primo video degli italiani”



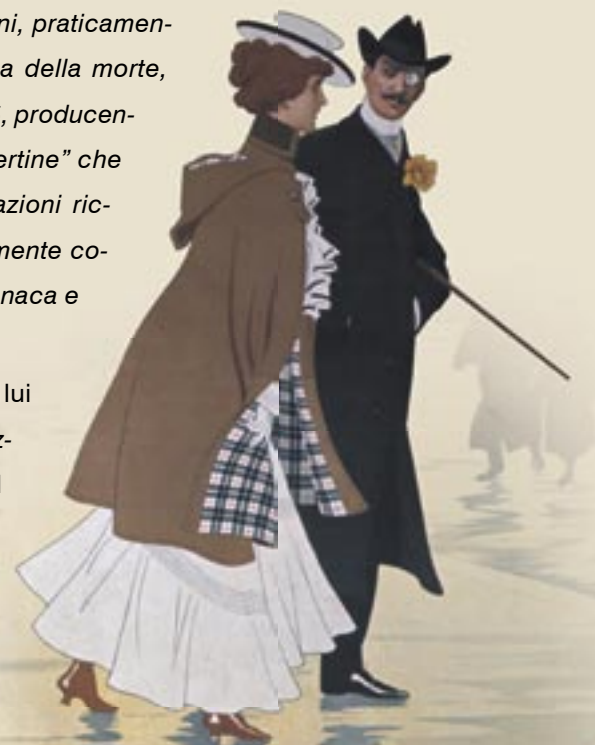
Sopra: copertine de  
*La Domenica del Corriere*  
del 1931

A fianco: *Loden Dal Brun*  
(particolare del manifesto, 1902)

zati – i grandi e più singolari avvenimenti del mondo sono arrivati pur nelle sperdute case di campagna, in cima alle solitarie valli, nelle case umili, procurando una valanga di notizie e conoscenze a intere generazioni di italiani che altrimenti è probabile non ne avrebbero saputo nulla o quasi.”

**I**l nome e la fama di Beltrame, nato ad Arzignano di Vicenza nel 1871, rimangono legati, fondamentalmente, alla sua lunga attività di illustratore per *La Domenica del Corriere*, dove fu chiamato a 28 anni da Luigi Albertini. Per la *Domenica* lavorò quarantacinque anni, praticamente fino a pochi mesi prima della morte, avvenuta a Milano nel 1945, producendo oltre 4.600 “tavole-copertine” che raccontano, tramite illustrazioni ricche di particolari e vivacemente colorate, mezzo secolo di cronaca e storia.

“Attraverso le immagini da lui create – ha scritto Dino Buz-



MILANO VIA DANTE 4  
FIGLI'ALI ROMA VIA NAZIONALE 10  
NAPOLI PIAZZA DELLA BORSA 22  
CATALOGHI-CAMPIONI GRATIS  
SCRIVERE "LODEN DAL BRUN - SCHIO."



Formatosi principalmente all'Accademia di Belle Arti di Milano sotto la guida di Giuseppe Bertini, tra il 1891 e il 1898 partecipò ad alcune Triennali di Brera e all'Esposizione Nazionale di Torino, distinguendosi soprattutto come pittore di pannelli murali e quadri di carattere storico e sacro. Suoi dipinti sono conservati alla Galleria d'Arte Moderna di Milano e in vari altri musei. Lavorò alle decorazioni di Villa Bernocchi a Stresa e nella chiesa di Arzignano, suo paese natale.

Si dedicò abbastanza presto anche all'attività di cartellonista e grafico pubblicitario, collaborando, dai primi del Novecento, con le Officine Grafiche Ricordi e recependo inizialmente alcuni influssi da parte di grandi artisti che vi operavano, come Metlicovitz, Malerba e soprattutto Villa.



Abbastanza estraneo agli schemi del Liberty, imperanti nella grafica pubblicitaria di inizio secolo e oltre, le sue creazioni più note sono quelle per la ditta Mele di Napoli; elaborò affiches per numerose aziende e per eventi di varia natura, non tralasciando mai, comunque, l'attività di illustratore alla quale è legato principalmente il suo nome.

Sopra: *Albums Cosmopolite pour piano* (1900), E. & A. Mele & Ci. (1900 ca)

In basso: Achille Beltrame

# Il “segno” di Dudovich

**ASSICURAZIONI GENERALI  
E COMUNICAZIONE  
PUBBLICITARIA TRA ANNI  
VENTI E TRENTA**

**S**uperate le difficoltà del periodo bellico e dell'immediato dopoguerra, la Compagnia, dalla metà circa degli anni Venti, avvia un'intensa fase di riorganizzazione amministrativa e finanziaria che impone, per le mutate condizioni politico-sociali e di mercato, scelte nuove e più incisive anche sul piano della comunicazione pubblicitaria. Per realizzare tali obiettivi, l'Azienda punta su uno dei nomi più affermati e prestigiosi del cartellonismo: Marcello Dudovich, che collaborerà con la Compagnia per oltre un decennio.

Il grande artista triestino, che in quegli anni si stava aprendo a nuove tendenze e influssi in campo grafico-artistico, in particolare ai dettami del Novecento italiano, produrrà vari e significativi lavori per le Generali: da quelli imperniati su Venezia e la laguna, compresi alcuni celebrativi del centenario del 1931, a quelli raffiguranti il mondo contadino o evocanti imprese del regime.

Nei primi anni Trenta, oltre a proseguire quella con Dudovich, la Compagnia avvia una proficua collaborazione anche con la Modiano, la cartotecnica triestina all'avanguardia, sin dallo scorcio dell'Ottocento, nella produzione di manifesti e pubblicità varia. Tramite la maestria grafica di Pollione Sigon, lo stabilimento Modiano elabora per le Generali, nell'arco di circa un decennio, cartelloni per mostre e fiere, calendari e altro materiale pubblicitario.

**A fianco: il leone di piazzetta San Marco da un manifesto delle Generali realizzato da Dudovich e visibile a pagina 86**

**Nella pagina a fronte: manifesti degli anni 1924/26; due sono di autori anonimi, mentre quello in basso a destra è una ristampa della seconda metà degli anni Trenta di un manifesto di Dudovich del 1926 ca**



**ASSICURAZIONI GENERALI  
VENEZIA**

SOCIETÀ ANONIMA ISTITUITA NEL 1831  
PREMIATA ALLE PRINCIPALI ESPOSIZIONI NAZIONALI

Capitale sociale interamente versato L. 40.000.000.-

**ASSICURAZIONI  
DELLE  
GRANAGLIE IN COVONI  
CONTRO GLI INCENDI**

Fondi di garanzia oltre L. **MEZZO MILIARDO** — Danni pagati oltre L. **DUE MILIARDI**

La Compagnia in  
e rappresentata dal Sig.

A. D.  
1831

**ASSICURAZIONI  
GENERALI  
VENEZIA**

SOCIETÀ ANONIMA **VENEZIA** ANNO DI FONDAZIONE 1831

**VITA • INCENDI • TRASPORTI • FURTI**

CAPITALE SOCIALE INTERAMENTE VERSATO L. 40.000.000

ASSICURAZIONI VITA IN VIGORE: OLTRE DUE MILIARDI DI LIRE

DANNI PAGATI: DUE MILIARDI ED OLTRE 300 MILIONI DI LIRE

**ASSICURAZIONI GENERALI  
VENEZIA**

FONDI DI GARANZIA L. UN MILIARDO E 900 MILIONI

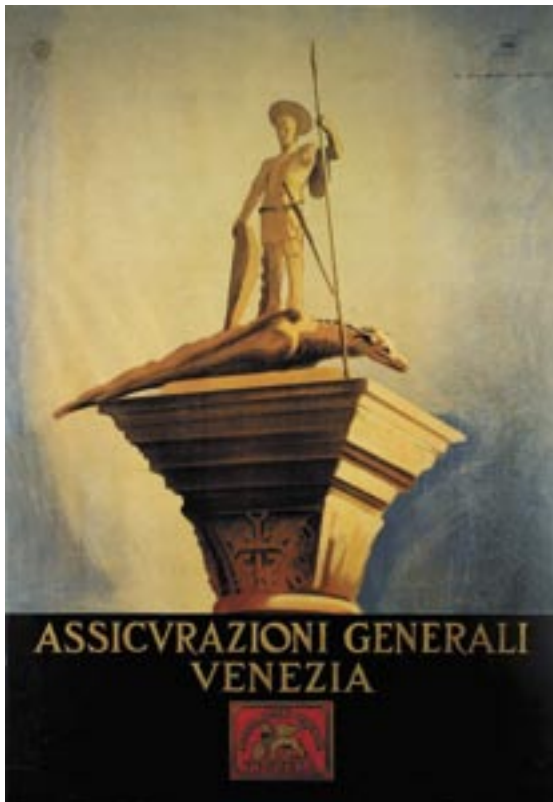
**ASSICURAZIONI CONTRO GLI INCENDI  
DELLE  
GRANAGLIE IN COVONI**



In questa pagina e a fronte  
vari lavori di Dudovich per le  
Generali: da sinistra, particolare  
di un calendario murale (1933),  
manifesto (1928), calendario  
del 1931, manifesto del 1930 ca

## L'ultimo "doge" di Venezia

Nella prima parte del XX secolo Venezia vive un momento di forte sviluppo, tanto nel settore dell'economia che in quello culturale, dovuto in particolare all'abilità imprenditoriale del conte Giuseppe Volpi di Misurata, che dal 1938 al 1943 sarà anche presidente delle Generali.



- 1 Un primo piano di Giuseppe Volpi di Misurata
- 2 Il manifesto della prima Esposizione internazionale d'arte cinematografica (1932)
- 3 Il conte Volpi di Misurata e il ministro delle corporazioni Bottai in visita alla zona industriale di Porto Marghera (1932)
- 4 Manifestazione ciclistica sul nuovo Ponte Littorio che collega Venezia alla terraferma (1933)









Nelle due pagine, altri lavori di Dudovich per la Compagnia: da sinistra, un manifesto e un calendario murale entrambi del 1935, due manifesti (1938 e 1937 ca) e il particolare di un calendario del 1937





In queste due pagine: calendari murali delle Generali illustrati da Pollione Sigon (i tre a fianco realizzati per il centenario della Compagnia nel 1931)





## focus

La medaglia del centenario è opera dell'artista Gigi Supino. L'iscrizione latina *servat et aucta redonat* (conserva e restituisci aumentato) sintetizza la funzione dell'assicurazione vita; la figura centrale, con ai piedi il leone di san Marco, rappresenta le Generali che raccolgono i premi dalla figura di sinistra e pagano i capitali delle polizze in scadenza a quella di destra. In basso c'è l'alabarda simbolo di Trieste. Nel rovescio le scritte "a ricordo del primo centenario" e, fra due fasci littori, "Assicurazioni Generali di Trieste e Venezia".



Sopra: cartelloni per mostre e fiere realizzati da Sigon (1935)

## Figlio d'arte

**C**ontinuando la strada aperta dal padre Giuseppe, importante grafico pubblicitario, illustratore e direttore artistico della Modiano tramite la quale eseguì lavori anche per le Generali, Pollione Sigon ha iniziato a collaborare presto con l'azienda cartotecnica triestina, entrandovi stabilmente dopo la prima guerra mondiale e divenendone in breve tempo il maggiore disegnatore interno.

Nato a Trieste nel 1895 e dotato di notevoli capacità artistiche, affinate nella città natale frequentando la Sezione Capi d'arte della "Regia Scuola Industriale", Pollione, in cinquant'anni circa di rapporto lavorativo con la Modiano e malgrado l'amputazione del braccio sinistro, ha disegnato di tutto: manifesti, locandine, calendari, etichette, carte da gioco, involucri e scatole di prodotti. Numerosissime sono state le sue creazioni pubblicitarie, alcune divenute famose e sfruttate a lungo sia dalla Modiano stessa, per promuovere vari articoli di punta, sia da altre aziende, comprese le Assicurazioni Generali.

Si è dedicato anche alla pittura da cavalletto e, saltuariamente, all'insegnamento.

Terminato il suo impiego fisso, Pollione ha continuato a collaborare con lo stabilimento cartotecnico triestino fino a poco prima della morte avvenuta a Trieste nel 1971.



Dall'alto, in senso orario:  
Biscottificio Tergeste,  
(1925/30), Vero estratto  
di carne Arrigoni (1924),  
Centauro - La carta da  
sigarette preferita (1925 ca)





**Nel tondo: autoritratto dell'artista (1954 ca)**

**Sotto: Convegno Turistico (1899); a destra: E. & A. Mele & Ci. (1907 ca)**

**Nella pagina a fronte, da sinistra in senso orario: Agfa film (1922 ca), La Rinascente (1931), Persil (particolare del manifesto, 1952 ca), Mostra Nazionale di Agricoltura (1934)**



## Il grande maestro

“È il prodigioso Marcello Dudovich, uno che sta alla storia del manifesto italiano come Federico Fellini sta a quella del cinema”: così Giampiero Mughini, in uno scritto sul cartellonismo, sottolinea, con una delle definizioni più incisive e originali fra le centinaia spese a elogiare il grande maestro dell'affiche, la genialità e l'unicità di Dudovich nella storia della grafica pubblicitaria, e non solo.

Triestino come Leopoldo Metlicovitz, che nel 1897 lo accoglie giovanissimo alle Officine Ricordi e lo avvia alle prime importanti esperienze nel settore, Dudovich, nato nel 1878, ha vissuto, nei circa sessant'anni di carriera, tutte le stagioni del cartellonismo, lasciando sempre, con i suoi lavori, una traccia indelebile e originale, pur attraverso i vari cambiamenti e influssi stilistici che ne hanno caratterizzato l'opera: dal periodo Liberty al Decò, fino alle aperture “novecentiste” e all'accentuazione delle tendenze volumetriche.

Una vita professionale, quella dell'artista triestino, ricchissima di collaborazioni, incarichi e iniziative che lo hanno visto molto attivo e apprezzato anche come illustratore di riviste, libri, spartiti musicali e cartoline, nonché come pittore puro. Dopo l'iniziale esperienza da Ricordi, sotto la guida di Metlicovitz e Hohenstein, nel 1899 Dudovich passa all'atelier Chappuis di Bologna per il quale elabora, fino al 1905, alcuni manifesti divenuti celebri (Fisso l'idea, F.lli Sanguinetti, Buton e altri molto noti) che lo consacrano presto tra i più bravi e promettenti cartellonisti. Nel 1906, dopo un brevissimo periodo a Genova, è nuovamente a Milano da Ricordi; sono gli anni delle famose affiches per





*la ditta Mele di Napoli, del notissimo manifesto per Borsalino Marca Zenit (1910) e di numerose altre geniali creazioni. Nel corso del 1911 si trasferisce a Monaco di Baviera per un rapporto lavorativo, fino al 1914, con la rivista satirica Simplificissimus, una collaborazione che durerà negli anni. Continua, intanto, a produrre manifesti per Ricordi e in particolare per la ditta Mele.*

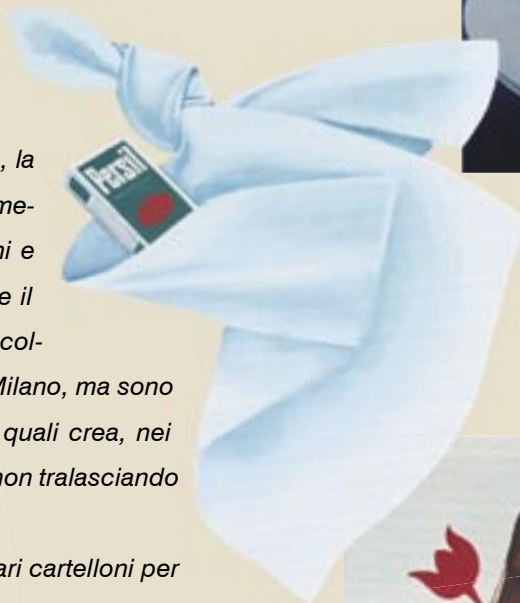
*Tra il 1915 e il 1920 è a Torino, dove vive e realizza vari cartelloni anche per il cinema.*

*Torna a Milano nel 1920 e crea, insieme a un amico avvocato, la società editrice Star attraverso la quale verranno realizzati numerosi manifesti, distribuiti dall'Igap (Impresa Generale Affissioni e Pubblicità) di cui Dudovich sarà direttore artistico tra il 1922 e il 1936. Nei primi anni Venti nasce anche una lunga e feconda collaborazione (fino agli anni Cinquanta) con La Rinascente di Milano, ma sono tantissime le industrie, le società e le manifestazioni per le quali crea, nei decenni Venti/Trenta, affiches e altro materiale pubblicitario, non tralasciando l'attività di illustratore per riviste e libri.*

*Nel corso degli anni Trenta, l'artista triestino elabora anche vari cartelloni per eventi e iniziative del regime, con uno stile che attraverso la forte accentuazione delle forme-volume diventa quanto mai funzionale all'esaltazione dell'ideale estetico del fascismo.*

*Durante la seconda guerra mondiale e per tutti gli anni Quaranta, Dudovich si dedicherà in misura crescente alla pittura, in particolare alla tempera, con l'allestimento di molte personali e partecipazioni a mostre, che diverranno sempre più numerose negli anni successivi. Eseguirà anche, in questo periodo, decorazioni murali in varie case di amici.*

*Dalla fine del conflitto sino alla metà circa degli anni Cinquanta l'attività di grafico pubblicitario si limita a qualche decina di manifesti, alcuni caratterizzati ancora da un forte impatto comunicativo (per esempio il fazzoletto annodato per Persil o qualche affiche per La Rinascente), ma la pittura e l'allestimento di mostre dei suoi quadri diventeranno le attività principali di Dudovich nell'ultima fase di vita. Muore a Milano nel 1962.*



# Le italiane tra le due guerre

**INA E CONTROLLATE, TORO:  
LA COMUNICAZIONE  
PUBBLICITARIA NEGLI  
ANNI VENTI E TRENTA**

**F**ra le grandi aziende assicurative acquisite in Italia dal Gruppo Generali, un posto particolare, per quanto riguarda la comunicazione pubblicitaria, è occupato dall'Ina, impegnata fin dai primissimi anni di vita a divulgare in maniera piuttosto capillare la propria immagine.

Durante gli anni Venti e Trenta, che segnano un intenso sviluppo delle sue attività, l'Istituto romano promuove un ampio ventaglio di coperture assicurative, alcune avviate in precedenza.

La famiglia, il lavoro, il risparmio, la previdenza e altri ambiti coperti dalle polizze Ina di questi anni vengono puntualmente raffigurati dalla pubblicità diffusa dall'azienda, affidata in particolare alla visibilità dei manifesti e alla creatività di noti cartellonisti: Tito Corbella, che lavorò a lungo per l'Ina, Severo Pozzati (Sepo), Marcello Dudovich, Gino Boccasile, Adolfo Busi e altri artisti.

Alla comunicazione dell'azienda madre si aggiunge, in questo periodo, quella di alcune società controllate sorte negli anni Venti: Le Assicurazioni d'Italia (Assitalia), nate nel 1923 e presto impegnate a promuovere i propri prodotti destinati in particolare al mondo agricolo; la Fiume, sorta nel 1924 nell'omonima città del Quarnero, attiva in vari settori assicurativi.

Della Toro, che proprio tra gli anni Venti e Trenta amplia in misura considerevole il pacchetto delle coperture offerte, rimangono, in generale, poche testimonianze dell'attività promozionale. Tra quelle di questo periodo spicca un bel manifesto di Osvaldo Ballerio sulla copertura danni provocati dalla grandine, un servizio avviato dall'azienda torinese nel 1929.

Particolare di un  
calendario della società  
Fiume illustrato  
da Boccasile  
(v. pagina 102)







A fianco: manifesto dell'Ina di Corbella (1924)

Sopra: manifesto della società Fiume realizzato da U. Terzoli (1925 ca)

**ISTITVTO NAZIONALE DELLE ASSICVRAZIONI**  
 CAPITALE ASSICVRATO CIRCA SETTE MILIARDI E MEZZO  
 POLIZZE GARANTITE DALLO STATO



**PRESTITO DEL LITTORIO**  
 ITALIANI, SOTTOSCRIVENDO AL PRESTITO PORTATE  
 IL VOSTRO CONTRIBVTO ALLA GRANDEZZA E ALLA  
 POTENZA DELLA PATRIA -- GIOVATE ALLA RIVALVTAZIONE  
 DELLA LIRA -- REALIZZATE VN OTTIMO AFFARE .



ISTITVTO NAZIONALE DELLE ASSICVRAZIONI

CAPITALI ASSICVRATI  
 NOVE MILIARDI  
 POLIZZE GARANTITE DALLO STATO  
 CAPITALI e RENDITE INSEQUESTRABILI

Agente Corbelli  
 Via ...



ISTITVTO NAZIONALE DELLE ASSICVRAZIONI

CAPITALI ASSICVRATI OLTRE DIECI MILIARDI  
 POLIZZE GARANTITE DALLO STATO  
 CAPITALI e RENDITE INSEQUESTRABILI

In questa pagina, da sinistra:  
 manifesto del 1928 e  
 calendari murali Ina del  
 1929 e del 1930 illustrati  
 da Corbella



Serie di locandine delle Assicurazioni Popolari dell'Ina realizzate da G. Tanozzi (1924/26)





**LE ASSICURAZIONI D'ITALIA**  
/ SOCIETA' COLLEGATA CON  
L'ISTITUTO NAZIONALE DELLE ASSICURAZIONI

**GRANDINE**

A smaller illustration of a man in a hat and light shirt, holding a basket, with a rainbow in the background. The man is depicted in a heroic, muscular style, reminiscent of Benetton's 'Man of the Year' campaign. He is barefoot and stands on a dark base. The background is plain white.

ISTITUTO NAZIONALE  
DELLE ASSICURAZIONI

BOLITZE  
GARANTITE  
MAGGIOR  
CAPITALI E  
RISORSE INSE  
TOSI STRADALI

A smaller illustration of a man in a hat and light shirt, holding a basket, with a rainbow in the background. The man is depicted in a heroic, muscular style, reminiscent of Benetton's 'Man of the Year' campaign. He is barefoot and stands on a dark base. The background is plain white.

**ISTITUTO NAZIONALE ASSICURAZIONI**



Nella pagina a fronte, da sinistra: particolare di un manifesto della *Polizza del rurale* Ina disegnato da Busi (1935), *affiche* delle Assicurazioni d'Italia (Assitalia) realizzata da Capizzano Santamaria (1932) e calendario Ina con illustrazione di Corbella (1930)

In questa pagina, da sinistra: locandine di Dudovich per polizze Ina (1935 ca)

## focus

Oltre ai bozzetti destinati alla realizzazione di grandi cartelloni e utilizzati comunque anche per altri "supporti" promozionali, famosi grafici pubblicitari hanno creato pure illustrazioni espressamente studiate per calendari, cartoline, figurine, opuscoli, cataloghi ed etichette di prodotti. Nell'immagine sopra, un disegno di Marcello Dudovich sulla mietitura del grano fa da sfondo alla copertina di un opuscolo informativo dell'Ina per la *Polizza del rurale* del 1934.



Da sinistra: due affiches Ina, una firmata Sepe per le Assicurazioni Popolari (1936), l'altra L. Dolfini (1935); manifesto delle Assicurazioni d'Italia di A. Scorzon (1934)



In questa pagina due locandine del 1938 per l'Ina: una di Resentera per i *Buoni del Tesoro Novennali 5%*, l'altra di Boccasile (particolare)





**"FIUME"** SOCIETÀ ANONIMA DI ASSICURAZIONI E RIASSICURAZIONI



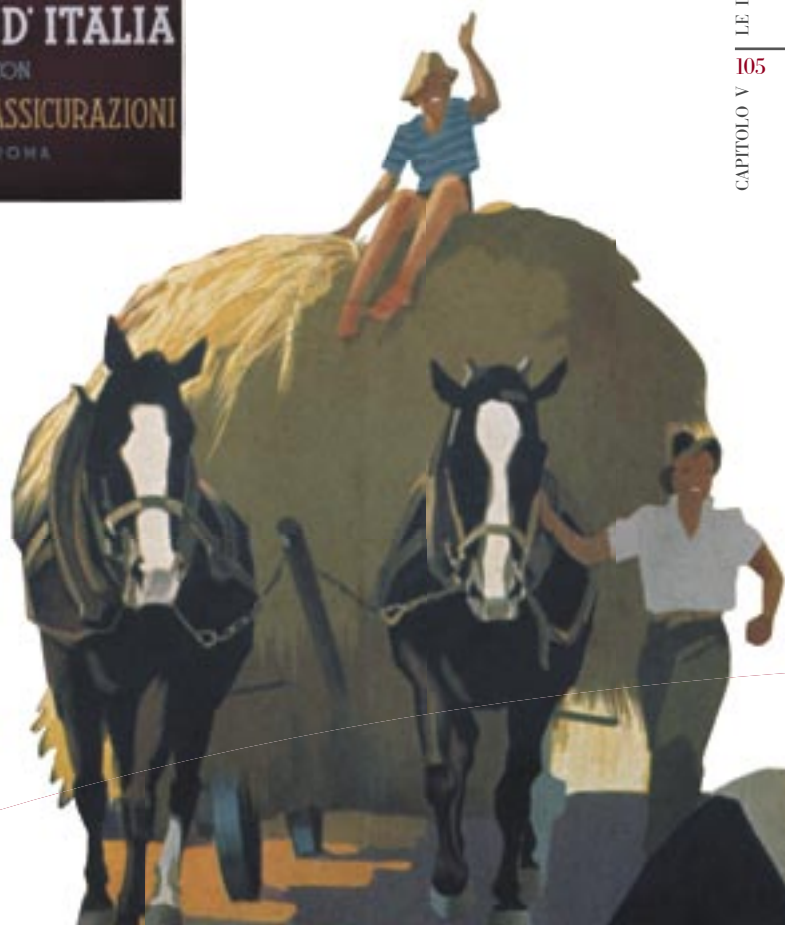


In queste due pagine,  
da sinistra: calendari  
murali della società Fiume,  
due illustrati da Boccasile  
(1938 e 1930), il terzo da  
Franco Mosca (1935)





Sopra: manifesti delle Assicurazioni d'Italia, il primo realizzato da Busi (1938), l'altro di autore anonimo (anni Trenta)

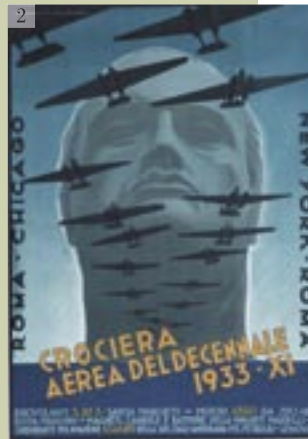


# Le trasvolate atlantiche di Italo Balbo

istantanee di storia

La crescita dell'aeronautica italiana sostenuta dal fascismo portò nei primi anni Trenta a due memorabili trasvolate collettive, ampiamente pubblicizzate anche attraverso manifesti, cartoline ed emissioni filateliche. Promotore e artefice principale di queste imprese fu Italo Balbo che le guidò entrambe.

- 1 Il "7,70" emesso per la Crociera transatlantica del 1931: Roma - Rio de Janeiro con 12 idrovolanti
- 2 Il manifesto di Luigi Martinati per la Crociera Aerea del Decennale (o Nord Atlantica): 25 idrovolanti raggiungono gli Stati Uniti nel 1933
- 3 13 luglio 1933: gli S.55 arrivati a Longueil (Quebec) si riforniscono prima di far rotta verso Chicago e New York
- 4 La copertina dedicata dal Time a Italo Balbo in occasione della trasvolata del 1933



Sopra: calendario murale dell'Ina con il noto ritratto di Mussolini aviatore realizzato da Boccasile (1938)

# Pubblicità, cinema e cartoline

**N**ato a Pontremoli nel 1885, ha affinato le sue capacità artistiche frequentando l'Accademia di Belle Arti di Venezia sotto la guida di Guglielmo Ciardi ed Ettore Tito. Messosi in luce come pittore, in particolare di ritratti e nature morte, ha presto associato a questa attività quella di disegnatore pubblicitario, creando affiches per importanti aziende e per eventi vari.

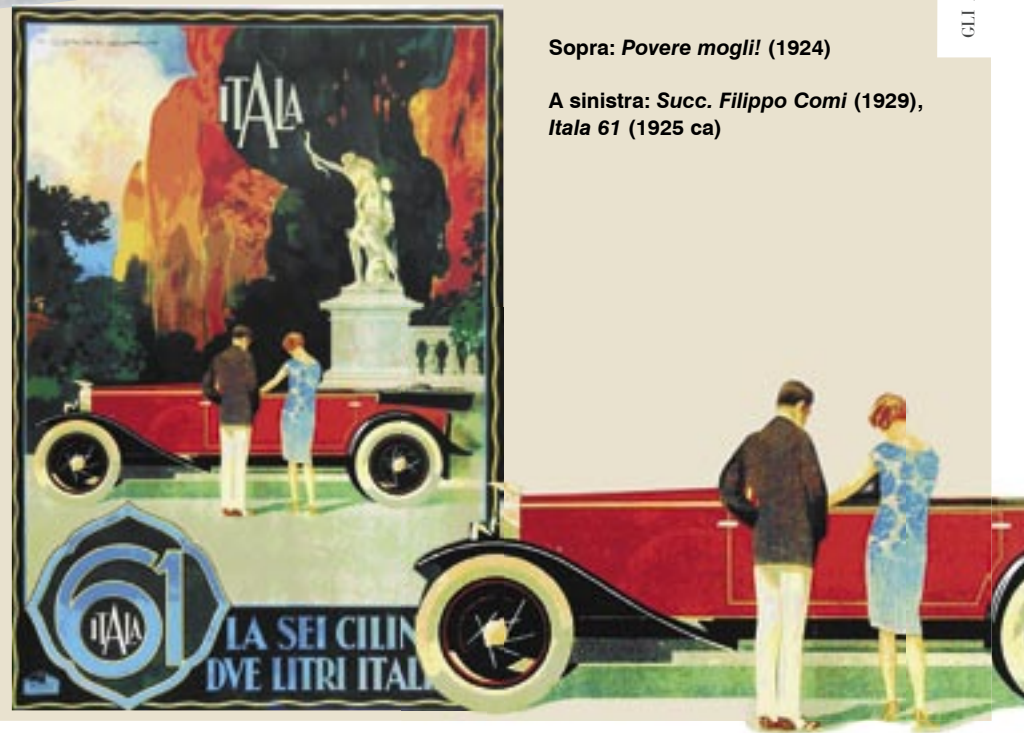
Ha lavorato a lungo anche come cartellonista di cinema, genere di cui è stato uno dei precursori fin dai primi decenni del Novecento. Pregevoli sono alcuni ritratti di famose attrici degli anni Trenta/Quaranta.

Molto intensa e apprezzata è stata la sua attività di illustratore, sia di libri sia, soprattutto, di cartoline con varie serie dedicate, fin dai primi del Novecento, a figure femminili e a coppie di innamorati. È morto a Roma nel 1966.



Sopra: *Povere mogli!* (1924)

A sinistra: *Succ. Filippo Comi* (1929), *Itala 61* (1925 ca)



## Tra Italia, Francia e innovazione

**N**oto con lo pseudonimo di Sepo, con il quale ha firmato quasi tutta la sua produzione, Severo Pozzati è stato uno dei più importanti grafici pubblicitari italiani della prima metà del Novecento, molto apprezzato all'estero, soprattutto in Francia dove ha vissuto e lavorato a lungo. Insieme ad altri grandi cartellonisti della sua generazione ha contribuito in misura notevole, tra gli anni Venti e Trenta, all'affermarsi di nuove tendenze e linguaggi grafici nel campo della comunicazione pubblicitaria che in quei decenni si avviava a diventare una vera e propria scienza.

Nato a Comacchio nel 1895, dopo gli studi all'Accademia di Belle Arti di Bologna si è presto messo in luce, inizialmente come scultore e poi come pittore, vincendo alcuni premi importanti.

La sua attività di grafico pubblicitario è iniziata presso la nota agenzia bolognese Maga dove operava il fratello Mario e per la quale ha lavorato alcuni anni, impegnandosi anche, nel frattempo, come regista e scenografo di un film d'avanguardia: *Fantasia bianca*.

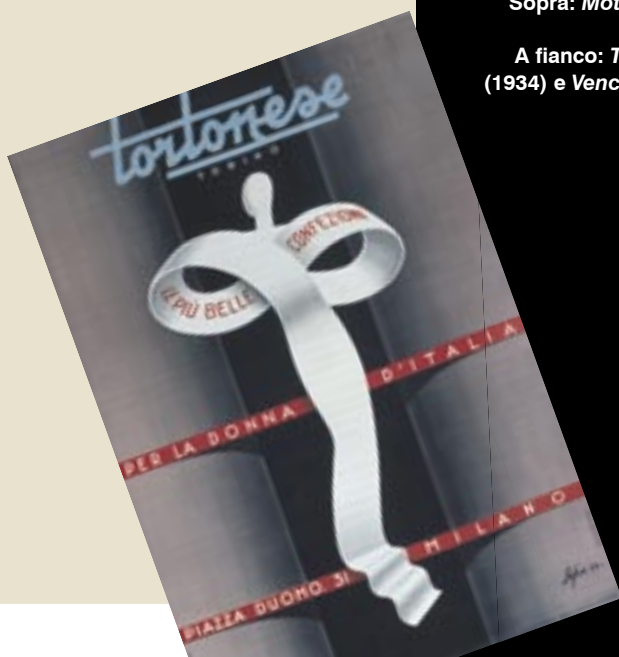
Nel 1920 matura la decisione di recarsi a Parigi dove si fermerà per alcuni decenni, facendosi conoscere prima come scultore e pittore e poi, soprattutto, in campo pubblicitario lavorando inizialmente nell'agenzia parigina aperta da Maga.



In questa pagina:  
*Il Lavoro d'Italia* (1928)  
 e *Noveltex* (1928)



Nel giro di pochi anni, le sue notevoli qualità in ambito cartellonistico lo porteranno a collaborare con importanti agenzie francesi, svizzere e italiane (Dorland, di cui sarà direttore artistico, Publivox, Star, Ricordi, Chappuis) per le quali produrrà numerose creazioni pubblicitarie, alcune delle quali divenute celebri e caratterizzate da significative innovazioni sia sul piano artistico sia a livello di messaggio: ne è un esempio il manifesto per Novel-tex del 1928, con il colletto bianco unico e immediato protagonista della scena, che gli valse un premio all'Esposizione Internazionale di New York. Nel 1932 apre a Parigi un'agenzia pubblicitaria, l'Idea, con la quale crea, in una quindicina di anni, molti dei suoi lavori più noti e apprezzati. Nel 1957 l'artista fa ritorno a Bologna dove, nel giro di qualche anno, abbandona la grafica pubblicitaria per dedicarsi interamente alla pittura, attività che comunque non aveva mai tralasciato e che lo aveva visto protagonista in importanti esposizioni e mostre personali. Pochi anni prima della morte, avvenuta a Bologna nel 1983, Pozzati ha riscoperto anche la scultura che era stata tra le sue passioni iniziali.



Sopra: Motta (1934)

A fianco: Tortonese (1934) e Venchi (1950)

# Boccasile e altri

## L'ANONIMA GRANDINE NEGLI ANNI TRENTA

Poco tempo dopo la sua costituzione, promossa dalle Generali nel 1890, l'Anonima Grandine estese progressivamente sia le coperture di prodotti agricoli sia la portata geografica dell'attività, incrementando in breve tempo il volume di affari. L'azienda, pur operando in un settore molto rischioso a livello assicurativo, superò bene le difficoltà legate al primo conflitto mondiale, promuovendo anche nel 1926, insieme ad altre sei compagnie, il Consorzio Italiano Grandine e poi, nel 1933, il Concordato Italiano Grandine.

E sulla spinta, probabilmente, della costituzione del Concordato, nella seconda metà degli anni Trenta si registra per l'Anonima, dopo la serie di calendari avviata agli inizi del Novecento e protrattasi per circa un trentennio, un'altra fase piuttosto intensa di attività promozionale.

Collaborano con l'azienda, in questo periodo, Osvaldo Ballerio, Aldo Raimondi e altri artisti, ma soprattutto Gino Boccasile, uno dei maggiori e più apprezzati cartellonisti italiani, autore di alcuni pregevoli bozzetti utilizzati per *affiches* e calendari.

Lo sfondo, anche in queste pubblicità, è costituito dal mondo rurale, rappresentato da sorridenti famiglie contadine, tranquille per la copertura dei loro raccolti. Non mancano, tuttavia, riferimenti al periodo storico, in particolare all'impresa coloniale in Africa, un tema piuttosto ricorrente nella grafica pubblicitaria, e non solo, di questi anni.

L'Anonima Grandine, superato il secondo conflitto mondiale, ha continuato a operare autonomamente fino al 1947, quando è stata incorporata, insieme all'Anonima Infortuni, dalla casa madre.



Nella pagina a fronte,  
dall'alto in senso orario:  
manifesto con disegno  
di Ballerio (1935);  
calendario murale e  
manifesto con  
illustrazione  
di Boccasile (1936)



FONDATA NEL 1890



CAPITALE SOCIALE L.6.000.000

## L'Anonima Grandine

SOCIETÀ ANONIMA ITALIANA DI ASSICURAZIONE CONTRO LE GRANDINE E DI RASSICURAZIONI

SEDE IN MILANO PIAZZA COMMODORI N. 21

GARANZIE (CAPITALE SOCIALE RISERVE E PROFITTI) L.43.347.000

CAPITALI ASSICURATI (DALLA FONDAZIONE) L.9 MILIARDI 500 MILIONI

DANNI PAGATI (DALLA FONDAZIONE) L.319 MILIONI

PARTECIPAZIONE UTILI AGLI ASSICURATI L.500.000

L'ANONIMA GRANDINE È AFFILIATA ALLE ASSICURAZIONI GENERALI - VENEZIA




## L'Anonima Grandine

SOCIETÀ ANONIMA ITALIANA DI ASSICURAZIONE CONTRO LE GRANDINE E DI RASSICURAZIONI

SEDE IN MILANO PIAZZA COMMODORI N. 21

FONDATA NEL 1890

CAPITALE SOCIALE L.6.000.000

GARANZIE (CAPITALE SOCIALE RISERVE E PROFITTI) L.47.347.000

CAPITALI ASSICURATI (DALLA FONDAZIONE) L.10.590.500.000

DANNI PAGATI (DALLA FONDAZIONE) L.343.800.000

PARTECIPAZIONE UTILI AGLI ASSICURATI L.3.000.000

L'ANONIMA GRANDINE È AFFILIATA ALLE ASSICURAZIONI GENERALI - VENEZIA



# L'ANONIMA GRANDINE

SOCIETÀ ANONIMA ITALIANA DI ASSICURAZIONI CONTRO LE GRANDINE E DI RASSICURAZIONI

MILANO

DICEMBRE 31 GIOVEDÌ

ASSICURAZIONE CONTRO LE GRANDINE E DI RASSICURAZIONI

SEDE IN MILANO PIAZZA COMMODORI N. 21

CAPITALE SOCIALE L.6.000.000

GARANZIE (CAPITALE SOCIALE RISERVE E PROFITTI) L.47.347.000

CAPITALI ASSICURATI (DALLA FONDAZIONE) L.10.590.500.000

DANNI PAGATI (DALLA FONDAZIONE) L.343.800.000

PARTECIPAZIONE UTILI AGLI ASSICURATI L.3.000.000

L'ANONIMA GRANDINE È AFFILIATA ALLE ASSICURAZIONI GENERALI - VENEZIA



**focus**

Titolo di una canzone del 1935 scritta nel pieno della propaganda fascista per l'impresa d'Etiopia e divenuta presto popolarissima, la *Facetta nera* della bella abissina fu utilizzata in quegli anni anche a fini promozionali. Ne è un esempio il pieghevole delle Generali del 1936 riprodotto in questa pagina. Accompagnate dalle didascalie di Orio Vergani, le varie vignette che lo compongono furono sfruttate dalla Compagnia anche per mostre e padiglioni fieristici, in qualche caso visualizzate entro una sorta di piccolo schermo come quello visibile nella foto sopra.



*L'Anonima Grandine*  
SOCIETÀ ANONIMA ITALIANA DI ASSICURAZIONE CONTRO LA GRANDINE E DI RIASSICURAZIONI  
**SEDE IN MILANO** PIAZZA CORDUSIO N. 2

FONDATA NEL 1890

CAPITALE SOCIALE L.6.000.000

GARANZIE (CAPITALE SOCIALE RISERVE E PREMI) OLTRE 70 MILIONI  
CAPITALI ASSICURATI (DALLA FONDAZIONE) CIRCA 12 MILIARDI  
DANNI PAGATI (DALLA FONDAZIONE) OLTRE 385 MILIONI  
PARTECIPAZIONE UTILI AGLI ASSICURATI CIRCA 3 MILIONI

L'ANONIMA GRANDINE È AFFILIATA ALLE ASSICURAZIONI GENERALI - VENEZIA

Sopra, da sinistra:  
calendario murale con  
illustrazione di Boccasile  
che richiama l'impresa  
coloniale in Africa (1937);  
manifesto con "quadretto"  
centrale firmato G. Mossa  
e ambientato in terra  
africana (1939/40)

# Nuove terre da coltivare

Nella seconda metà degli anni Venti il regime fascista avviò, tra i vari provvedimenti economici, due importanti iniziative anche nel settore agrario: la battaglia del grano e la bonifica integrale indirizzate all'autosufficienza cerealicola e all'ampliamento degli spazi coltivabili.



istantanee di storia



**1** La “battaglia del grano” inizia nel 1925; la “vittoria” viene proclamata nel 1931 quando la produzione di frumento giunge a soddisfare quasi totalmente il fabbisogno

**2** Mussolini alla trebbiatura negli anni Trenta; i cinegiornali Luce dell'epoca esaltano l'esempio dato personalmente dal Duce “infaticabile trebbiatore”

**3** Il 30 giugno 1932 viene posata la prima pietra di Littoria (oggi Latina), primo centro dell'Agro Pontino bonificato; meno di sei mesi dopo, il 18 dicembre, la città viene inaugurata

**4** I contadini italiani trovano terra e lavoro anche nelle colonie africane, dove spesso occorre, prima di tutto, far giungere l'acqua



Nel tondo: particolare dell'illustrazione del calendario murale visibile nella pagina a fronte (Boccasile, 1938)



FONDATA NEL 1890

CAPITALE SOCIALE L.5000.000



GARANZIE (CAPITALE SOCIALE, RISERVE E PREMI) OLTRE 64 MILIONI  
 CAPITALI ASSICURATI (MILIONI) CIRCA 11 MILIARDI e 1/2  
 DANNI PAGATI (MILIONI) OLTRE 370 MILIONI  
 PARTECIPAZIONE UTILI AGLI ASSICURATI CIRCA 3 MILIONI  
 L'ANONIMA GRANDINE È AFFILIATA ALLE ASSICURAZIONI GENERALI-VENEZIA



*L'Anonima Grandine*  
 SOCIETÀ ANONIMA ITALIANA DI ASSICURAZIONE CONTRO LA GRANDINE E DI RISSICURAZIONI  
 SEDE IN **MILANO** PIAZZA CORDUSIO N. 2



FONDATA NEL 1890

CAPITALE SOCIALE L.6.000.000

GARANZIE (CAPITALE SOCIALE, RISERVE E PREMI) OLTRE 67 MILIONI  
 CAPITALI ASSICURATI (MILIONI) CIRCA 12 MILIARDI  
 DANNI PAGATI (MILIONI) OLTRE 385 MILIONI  
 PARTECIPAZIONE UTILI AGLI ASSICURATI CIRCA 3 MILIONI  
 L'ANONIMA GRANDINE È AFFILIATA ALLE ASSICURAZIONI GENERALI-VENEZIA

Sopra: manifesto del 1939 con illustrazione di Aldo Raimondi (particolare a fianco)

# Un maestro dell'acquarello

**A**vvicinatosi giovanissimo al mondo dell'arte, in particolare alla pittura, Raimondi ha frequentato l'Accademia di Belle Arti di Roma, città che gli ha dato i natali nel 1902, trasferendosi poi a Milano. Ha partecipato presto a collettive e mostre in Italia e all'estero, allestendo a Parma, nel 1930, la sua prima personale.

Specializzatosi nella pittura ad acquarello, che lo vede tra i nostri maggiori e più apprezzati esponenti del secolo scorso, ha coltivato questa tecnica per tutta la vita, realizzando un numero elevatissimo di opere che ritraggono soprattutto città, borghi e campagne italiane. Alla pittura da cavalletto, che è comunque rimasta la sua passione di fondo, ha associato, dagli anni Trenta, l'attività di grafico pubblicitario, realizzando manifesti per località turistiche e aziende. Molti dei suoi acquarelli, inoltre, sono stati utilizzati per serie di cartoline illustrate, opuscoli e materiale promozionale di vario genere. Come illustratore, oltre alle numerose serie di cartoline e a tavole per libri e riviste, ha disegnato anche, per un periodo, copertine per La Domenica del Corriere. È morto a Erba (Como) nel 1998. Varie, negli ultimi anni, sono state le mostre dedicate in particolare ai suoi famosi acquarelli.



Dall'alto: Gardone (1934), Esso (1930), Benzina Super Lampo (particolare del manifesto, 1930)



## “Signorina Grandi Firme col tuo stile novecento...”

**È** stato uno dei grandi maestri della grafica pubblicitaria italiana, una delle personalità e delle firme più note e apprezzate di quest'arte e dell'illustrazione in genere.

Sostenuta da un talento notevole e versatile e da uno stile subito riconoscibile che ha ammaliato generazioni e continua ad avere numerosissimi estimatori, l'attività grafico-artistica di Boccasile, nato a Bari nel 1901, si è sviluppata soprattutto negli anni Trenta e Quaranta, interrotta dalla morte prematura avvenuta a Milano nel 1952. Malgrado la brevità della carriera, rispetto a quella di altri importanti grafici pubblicitari e illustratori, nonché la perdita di un occhio sin dall'infanzia, la produzione dell'artista barese è stata notevolissima, per qualità e numero di opere.

Trasferitosi molto giovane a Milano, riesce, grazie al suo talento e dopo non poche difficoltà iniziali, a mettersi in luce, collaborando, dalla metà degli anni Venti, con atelier e riviste di moda e lavorando per un periodo nello studio grafico Mauzan-Morzenti creato da Achille Lucien Mauzan, il grande cartellonista francese.

Dopo una breve esperienza di lavoro a Buenos Aires, nel 1931 Boccasile ritorna a Milano, che lascia presto per recarsi a Parigi.

Nel 1932 l'artista rientra definitivamente nel capoluogo lombardo e avvia numerose collaborazioni con riviste e case editrici nonché un'intensa fase di produzio-







ne cartellonistica per note aziende, manifestazioni ed eventi vari. Fonda a Milano, con un amico, l'agenzia pubblicitaria Acta e diventa, in breve tempo, uno degli illustratori e dei grafici pubblicitari più contesi. La grande popolarità, tuttavia, gli giunge nel 1937 con la "signorina Grandi Firme" creata per le copertine del periodico Le Grandi Firme di Pitigrilli: un tipo di donna allegra, intraprendente e sensuale che ha segnato un'epoca. Il successo della "signorina" disegnata da Boccasile è immediato, accompagnato anche da quello di una canzone che le viene presto dedicata: "Signorina Grandi Firme / col tuo stile novecento / hai portato turbamento in ogni cuor!" recita il ritornello.

Con lo scoppio della seconda guerra mondiale, sollecitato dal regime fascista, di cui fu sempre sostenitore, l'artista produrrà vari manifesti di propaganda bellica e politica, ai quali seguiranno, dopo l'8 settembre del 1943, cartelloni a sostegno della Repubblica Sociale Italiana, cui Boccasile aderisce

con la nomina a tenente della Legione SS italiana, e dell'alleanza con i tedeschi.

Queste scelte gli costeranno, con la fine del conflitto, la carcerazione per collaborazionismo e un successivo processo – da cui esce assolto – nonché una temporanea emarginazione dal lavoro.

La sua attività di illustratore e grafico pubblicitario riprenderà nel 1946/47 con varie collaborazioni e la creazione di altri importanti e famosi manifesti, ma durerà pochi anni, fino al 1952, appunto, quando muore a causa di una lunga malattia. Da tempo stava lavorando all'illustrazione di un'edizione del Decamerone, che sarebbe poi uscita nel 1955 completata da altri disegnatori.



Nella pagina a fronte:  
Gino Boccasile;  
Paglieri (1950, nelle due versioni: originale e "castigata");  
Bantam (particolare del manifesto, 1934)

In questa pagina,  
da sinistra: una copertina della rivista *Le grandi firme* (21 aprile 1938), *Onore Fedeltà Coraggio* (1944), *Yomo* (1952)

# Tra guerra e ricostruzione

**GENERALI E SOCIETÀ DEL GRUPPO DAL SECONDO CONFLITTO MONDIALE AGLI ANNI CINQUANTA**

**L**a seconda guerra mondiale segnò un periodo di gravi difficoltà anche per le Generali, con conseguenze sia sul mercato italiano sia nelle attività all'estero; in particolare nell'Europa centro-orientale la Compagnia perse totalmente, per confische e nazionalizzazioni, la sua vasta rete agenziale e numerosi immobili. Dalla fine degli anni Quaranta, tuttavia, l'Azienda avviò una paziente e capillare opera di ricostruzione che pose le basi, grazie anche alla conquista di nuovi mercati, per il rapido sviluppo dei decenni successivi.

Le difficoltà dovettero pure incidere sull'attività promozionale delle Generali che risulta, per questi periodi e almeno dalla documentazione finora reperita, quanto mai scarsa e poco significativa soprattutto a livello cartellonistico. Di un certo interesse, negli anni della ripresa, è un manifesto fotografico del 1953, indicativo della crescente affermazione, in quel periodo, di tecniche diventate poi prioritarie in ambito pubblicitario, quali appunto la fotografia.

Non molto differente, per quanto riguarda la promozione e la comunicazione aziendale del periodo bellico e dell'immediato dopoguerra, è la situazione registrabile per altre società assicuratrici italiane acquisite dal Gruppo Generali. Fa eccezione, in qualche misura, Assitalia, società collegata all'Ina, con manifesti degli anni 1939/40 firmati da nomi importanti del cartellonismo. Piuttosto abbondante è la produzione di *affiches* promossa dal Fata – che da Ina sarà acquisito nel 1994 – tra la fine degli anni Quaranta e il decennio successivo, quando la lunga stagione dei manifesti e della grafica pubblicitaria d'autore sta progressivamente volgendo al termine, scalzata dall'avvento di tecniche e strategie nuove nel campo della comunicazione aziendale.





Nella pagina a fronte:  
particolari di manifesti delle  
Assicurazioni Generali visibili  
alle pagine 124 e 125

In questa pagina: manifesti  
delle Assicurazioni d'Italia  
(Assitalia) di Boccasile  
(sopra, 1939) e di Ballester  
(a fianco, 1940)





Sopra, da sinistra: *affiche dell'Ina* firmata D. Fontana (1940 ca), *calendario murale della società Fiume* con illustrazione di Bianchi (1940), *manifesto delle Assicurazioni d'Italia* dello Studio Ima (1940)



Sopra e a fianco: calendario  
murale dell'Anonima  
Grandine illustrato da  
G. Prada (1941)



# Campioni da leggenda

Nel corso degli anni Trenta lo sport assume crescente importanza nella società italiana, anche sullo slancio di grandi successi come i titoli mondiali vinti dalla Nazionale di calcio e dai ciclisti Binda e Guerra. Altri campioni fanno sognare i tifosi italiani prima e dopo il secondo conflitto mondiale.



- 1 Valentino Mazzola con il figlio Sandro; il capitano del Grande Torino perì con l'intera squadra a Superga il 4 maggio 1949
- 2 Zeno Colò, primo in discesa libera e in slalom gigante ai Mondiali di sci del 1950, si ripeté in discesa alle Olimpiadi del 1952
- 3 Edoardo Mangiarotti, 13 medaglie (6 d'oro) alle Olimpiadi tra il 1936 e il 1960 nonché 13 ori ai Mondiali di scherma
- 4 Il famoso scambio di borraccia tra Fausto Coppi e Gino Bartali al Tour de France 1952, vinto da Coppi



Sopra e nella pagina a fronte: due manifesti di Giuseppe Rosa Salva del 1940 e del 1941 per il *Gran premio dei Giovani* di canottaggio sponsorizzato dalle Assicurazioni Generali



Sopra: manifesto fotografico delle Assicurazioni Generali (1953)







Nella pagina a fronte, da sinistra:  
**affiche della Compagnia Anonima  
 d'Assicurazione di Torino (poi Toro)**  
 realizzata da Puppo (1947 ca)  
 e bozzetto per un manifesto  
 del Fata (anni Cinquanta)

Sopra, da sinistra: manifesti del Fata  
 di Manciola (1949/50) e di autore  
 anonimo (1955 ca)

## focus

Il Piano Ina Casa, intervento pubblico varato nel dopoguerra su proposta del ministro del lavoro Fanfani, mira a ricostruire il patrimonio edilizio italiano con i fondi gestiti dall'apposita organizzazione creata presso l'Ina. Tra il 1949 e il 1963 vengono costruiti 350.000 alloggi, grazie all'apertura di 20.000 cantieri in cui trovano lavoro 40.000 operai all'anno; grandi artisti come Burri, Cambellotti, Cascella e Dorazio firmano le piastrelle che identificano gli immobili.





Nella pagina a fronte:  
manifesto dell'Ina  
firmato A. Mercuri (1952)

Sopra, da sinistra:  
manifesti del Fata  
realizzati da Busi  
(1955 ca e 1959)

Locandine Ina degli anni Cinquanta realizzate da Dante Manno (a fianco) e dall'Ufficio Pubblicità dell'Ina (sotto)



## Turismo d'autore

**A**nche se non mancano, tra i tanti che ha eseguito, lavori che reclamizzano prodotti, servizi ed eventi vari, il nome e la fama di Puppo, nato a Levanto nel 1905, sono soprattutto legati ai numerosi manifesti di carattere turistico, gran parte dei quali commissionata dall'Ente Nazionale Italiano per il Turismo: da quelli dedicati a note località sciistiche e di montagna fino alle serie elaborate per spiagge famose, riviere, isole e cittadine italiane.

Il suo stile, a volte ironico come nella figura del pesce che fuma rilassato su un canotto davanti alla spiaggia di Finale Ligure, ha via via risentito, pur

mantenendo una salda

originalità di fondo, degli

influssi che hanno carat-

terizzato la grafica pubblicitaria ita-

liana negli oltre trent'anni dedica-

ti da Puppo a questa attività.

Numerosi sono stati i premi e i ri-

conoscimenti ricevuti dall'artista

nel corso della carriera. È morto

a Chiavari nel 1977.



**Cortina (1938),  
Grado (1948),  
Finale Ligure (1954)**

## Un “pittore” del cinema

**L'**artista, nato a Roma nel 1897, è uno dei capiscuola e dei massimi esponenti del cartellonismo cinematografico, settore che lo ha visto attivo per oltre quarant'anni e per il quale ha creato, fin dai primi decenni del Novecento, numerosissimi manifesti e locandine.

Figlio di Federico Ballester, pittore affermato e cartellonista, Anselmo si interessa fin da bambino di pittura, formandosi inizialmente alla scuola del padre e affinando poi il suo precoce talento in ambito accademico.

Inizia giovanissimo a creare bozzetti per manifesti, specializzandosi sempre più nel campo dell'illustrazione cinematografica dove mette presto in luce uno stile originalissimo e incon-



Sopra:  
Aldebaran (1935)

A fianco:  
Ombre rosse (1950),  
Roma città aperta (1945)





A fianco: *Trinidad* (1951),  
*Fronte del porto* (1954)

fondibile unito a una grande creatività. Doti che gli permetteranno di lavorare intensamente per le più note case italiane di produzione cinematografica, fin dai tempi del cinema muto, cui si aggiungeranno le grandi major americane come la Mgm, la Columbia, la Warner Bros, la Paramount e altre.

Negli anni Venti, per far fronte alla mole di commesse che gli giungono dalle varie case di produzione e distribuzione italiane e straniere, collabora con Alfredo Capitani e Luigi Martinati, altri due noti e apprezzati disegnatori di cartelloni cinematografici e pubblicitari, insieme ai quali fonda la società Bcm.

Difficile indicare in una rapida sintesi, dato il numero davvero rilevante di grandi opere grafiche create da Ballester per il cinema, questo o quel lavoro dell'artista, che con i suoi manifesti ha fatto sognare e fantasticare, prima ancora della visione di un film, anonimo o capolavoro che fosse, intere generazioni.

Ha prodotto affiches e altro materiale pubblicitario anche per settori e ambiti diversi da quello cinematografico, seppur in quantità decisamente minore. Sostenuto da una grande versatilità, è stato inoltre scenografo e decoratore, non tralasciando mai, comunque, la pittura pura, in particolare ritratti e paesaggi, divenuta la sua occupazione principale nell'ultima fase di vita.

L'attività di grafico e illustratore lo ha visto impegnato fino ai primi anni Sessanta. È morto a Roma nel 1974.



# Piccola... ma efficace

## L'ALTRA RÉCLAME: CARTOLINE, CALENDARIETTI, FIGURINE, OPUSCOLI...

Nella pagina a fronte, dall'alto in senso orario: blocco per annotazioni e corrispondenza delle Generali destinato ai militari (1915 ca); biglietti buono-sconto dell'Anonima Infortuni (1911); agenda delle Generali *Le spese di casa* (1897); cartolina pubblicitaria dell'Anonima Infortuni (1923)

Oltre che alla grande visibilità pubblica degli avvisi murali scritti, dei manifesti e degli annunci su giornali e riviste, le aziende, a partire soprattutto dai decenni finali dell'Ottocento, si sono affidate, per promuovere prodotti e iniziative commerciali, a tutta una serie di altri mezzi pubblicitari, in massima parte cartacei, destinati in particolare alla sfera privata: cartoline, figurine, almanacchi e calendarietti tascabili, agende di vario tipo, chiudilettera, opuscoli e depliant.

Definiti e catalogati in modi diversi ("piccola pubblicità", "illustrazione minore", "carte povere"), questi materiali, dati in omaggio insieme a gadget di vario altro genere, hanno avuto una larga diffusione specialmente in passato, quando l'informazione commerciale che entrava nelle case, prima dell'avvento degli spot radiofonici e televisivi, era piuttosto limitata.

Anche le compagnie assicurative ne hanno fatto un uso ampio e articolato, come dimostra la documentazione d'epoca relativa alle Generali, alle società affiliate e a quelle acquisite dal Gruppo, in un arco di tempo compreso tra la fine dell'Ottocento e gli anni Cinquanta/Sessanta del secolo scorso.

Indirizzato a varie categorie sociali, ad attività lavorative o di svago oppure commemorativo di eventi, questo materiale promozionale, illustrato in alcuni casi da grandi nomi della grafica pubblicitaria, è quanto mai prezioso per conoscere nel dettaglio l'evoluzione dei prodotti assicurativi, nonché le strategie per promuoverli in modo capillare e mirato.






  
**ASSICURAZIONI GENERALI**
  
**VENEZIA**
  
 ANNO DI FONDAZIONE
   
 1831
   
 VITA
   
 INCENDI
   
 TRASPORTI
   
 FURTI

Blocco per Annotazioni e Corrispondenza

La prima e completa garanzia di tutti gli italiani
   
 e nei stabilimenti essere applicata sul luogo stesso. - F. Neri

Chi presenterà questo biglietto all' Agenzia Principale di Bologna (Via Rizzoli, 11 - Tel. 245) della Società Anonima Italiana di Assicurazione contro gli Infortuni - Sede MILANO, Piazza Cordusio, 2 (Fondi di Garanzia al 31 Dicembre 1909: L. 17.209.747,12), avrà diritto allo sconto del 10% sul premio normale di primo anno della assicurazione individuale contro gli infortuni che stipulasse.

SERVIZIO DEL SERVIZIO DI SPEDIZIONE DELLE RISPONDE
   
 Cognome \_\_\_\_\_
   
 Nome \_\_\_\_\_
   
 Indirizzo \_\_\_\_\_
   
 Città \_\_\_\_\_
   
 Provincia \_\_\_\_\_
   
 Stato \_\_\_\_\_

SERIE AVIATORI



CATTANEO (padovano)

Questo biglietto ha un valore (Vedi retro)

SERIE AVIATORI



SAVOIA (torinese)

Questo biglietto ha un valore (Vedi retro)

SERIE AVIATORI



U. CAGNOLO (parigino)

Questo biglietto ha un valore (Vedi retro)



PER L'ASSICURAZIONE DEI DANNI ALLE VOSTRE AUTOMOBILI RIVOLGETEVI ALL' ANONIMA INFORTUNI
   
 MILANO - PIAZZA CORDUSIO 2

ASSICURAZIONI GENERALI TRIESTE

*Le spese di casua.*

1907



A fianco: chiudilettera  
delle Assicurazioni Generali  
(anni Venti/Trenta)

Sotto: cartolina pubblicitaria  
delle Assicurazioni d'Italia  
(Assitalia) illustrata da  
Ballerio (1925 ca); carte  
assorbenti pubblicitarie  
delle Generali e dell'Anonima  
Infortuni (1915/20)



**CARTA ASSORBENTE**

Chi non si assicura arrischia Prevedere vale provvedere

**L'ANONIMA INFORTUNI**

SOCIETÀ ANONIMA ITALIANA

**ASSICURAZIONI GENERALI VENEZIA**

Società Anonima istituita nel 1831  
Capitale Sociale interamente versato L. 13.250.000

Fondi di Garanzia oltre **MEZZO MILIARDO** di Lire

Attività vincolate presso il R. Governo L. 125 MILIONI

DANNI PAGATI **UN MILIARDO** E 273 MILIONI

CAPITALI per ASSIC. VITA **UN MILIARDO** E 360 MILIONI

**ASSICURAZIONI GENERALI VENEZIA**

Carta assorbente

VITA COMPRESO IL RISCHIO DI GUERRA

INCENDI RISCHI ACCESSORI

DANNI DEL BOMBARDAMENTO AEREO

FURTI CON INCASSO E CON VIOLENZA

TRASPORTI MARITTIMI E TERRESTRI

RISCHI DI GUERRA IN NAVIGAZIONE

Chi non si assicura arrischia

LA COMPAGNIA È AUTORIZZATA CON REGIO DECRETI

VENEZIA - ROMA - MILANO  
TORINO - FIRENZE  
GENOVA - NAPOLI  
PALERMO



- 1 **Cartolina della Lega Nazionale di Trieste** firmata da Argio Orell (1911)
- 2 **Bambini felici con i prodotti Barilla in questa cartolina** di F. Th. Würgel (1927 ca)
- 3 **Disegnata da Mario Gros, una delle cartoline promozionali dei Campionati mondiali di calcio del 1934** svoltisi in Italia
- 4 **Famosa pubblicità di Boccasile per la Chlorodont** qui in formato cartolina (1950)

## Le cartoline pubblicitarie

Nate a fine Ottocento, le cartoline pubblicitarie hanno rivestito, soprattutto in passato, un ruolo abbastanza importante ai fini della promozione sia commerciale che di eventi e manifestazioni. Le dimensioni, il basso costo di realizzazione e la grafica accattivante, costituita spesso dalla riproduzione in piccolo di manifesti firmati da grandi autori, ne hanno permesso una diffusione piuttosto ampia e capillare.



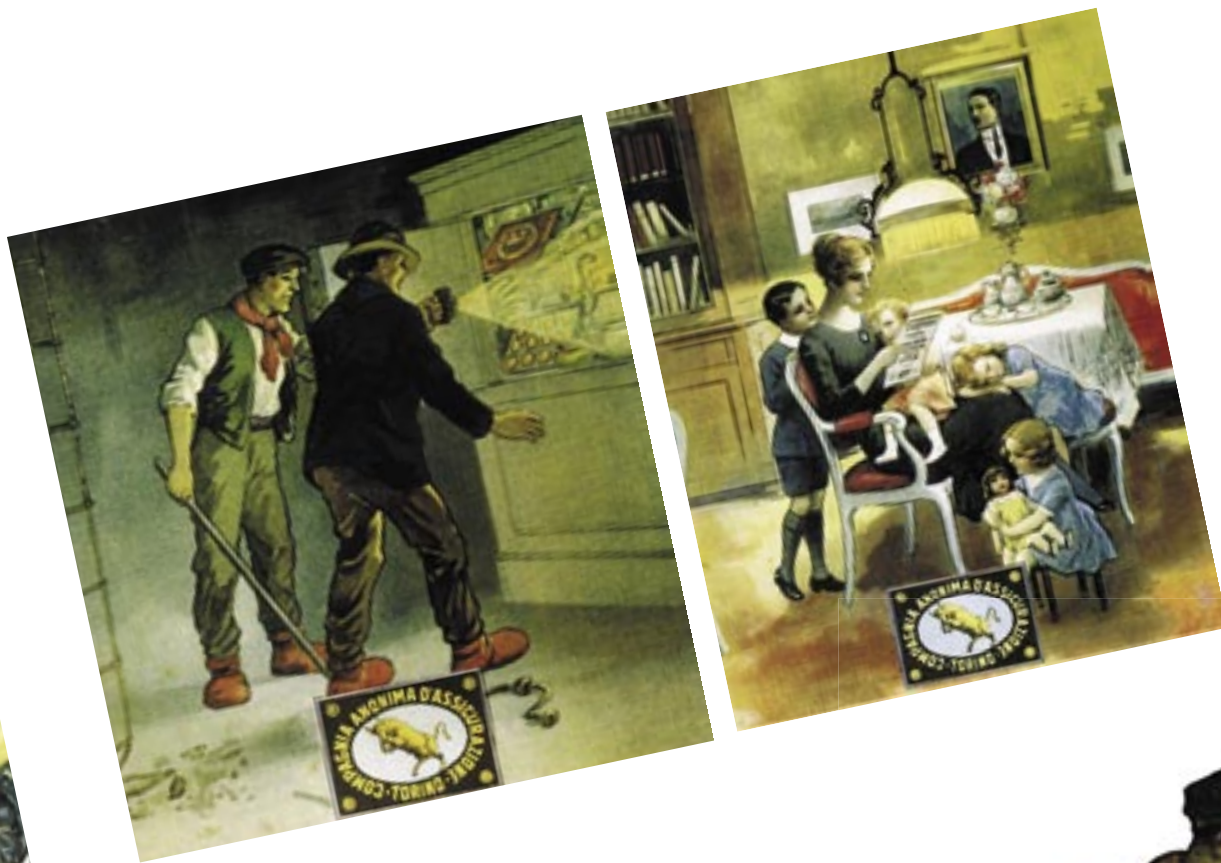




Nella pagina a fronte: calendarietti tascabili delle Assicurazioni Generali (anni Dieci/Venti)

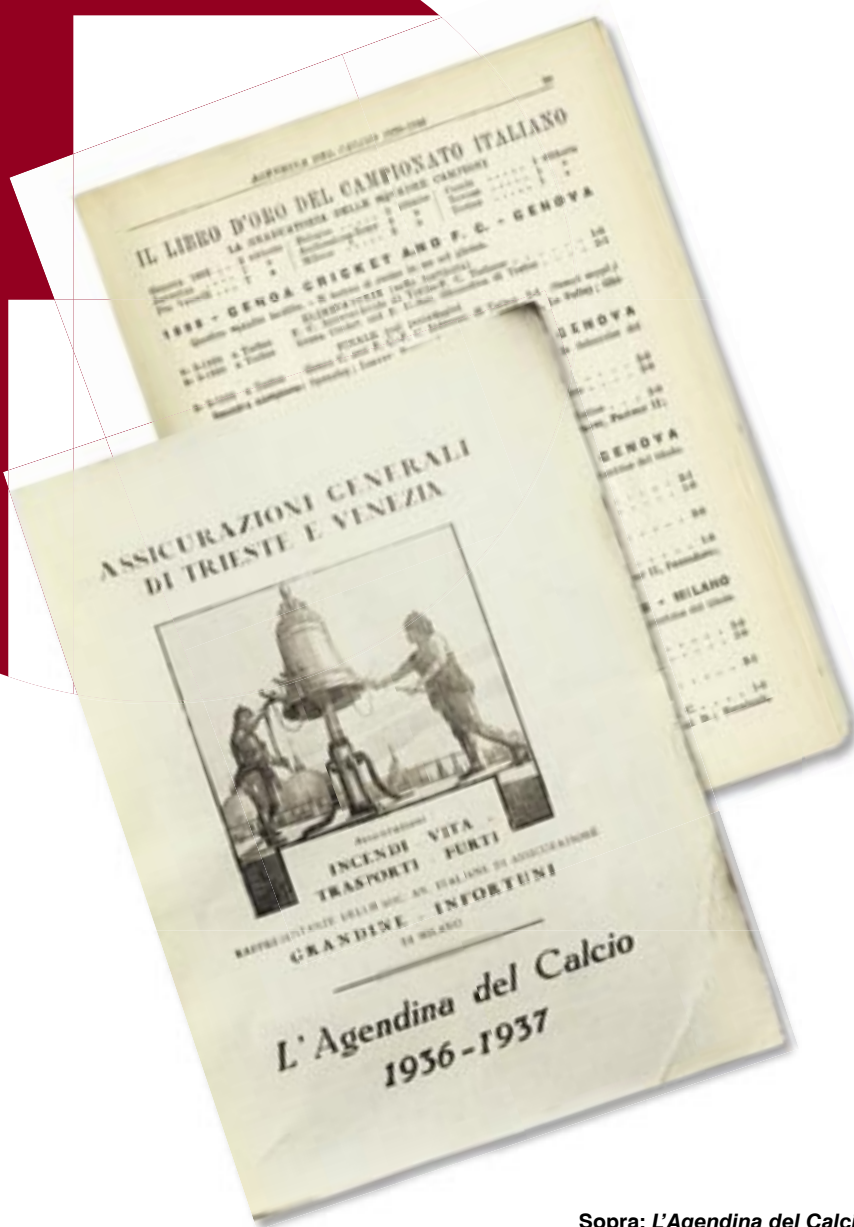
Sopra, da sinistra: *Piccola agenda per famiglie* dell'Ina (1931), opuscolo informativo delle Generali edito per il Centenario (1931), cartolina pubblicitaria delle Assicurazioni d'Italia firmata Capizzano Santamaria (1934)





In queste due pagine: cartoline pubblicitarie della Compagnia Anonima d'Assicurazione di Torino (poi Toro) della metà degli anni Trenta; la seconda in alto a sinistra è firmata Ballerio





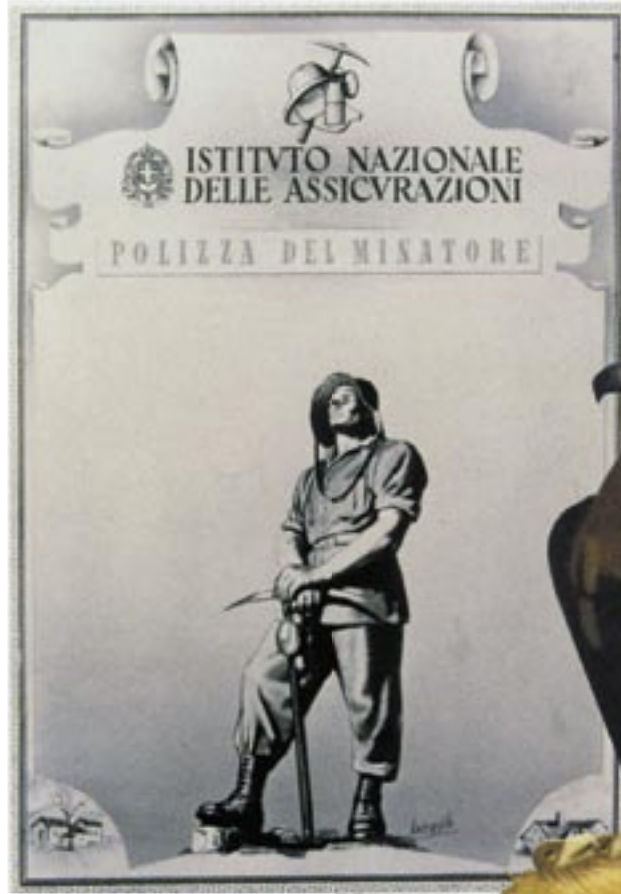
Sopra: *L'Agendina del Calcio* 1936-37 edita dalle Assicurazioni Generali

A fianco: opuscolo informativo delle Generali sulla previdenza per il clero (1934)

Nella pagina seguente, da sinistra: copertine di opuscoli informativi dell'Ina illustrate da Dudovich (*Polizza XXI Aprile*, 1936) e da Boccasile (*Polizza del minatore*, anni Trenta); immagine di copertina di un calendarietto tascabile dell'Ina (1938)









Sopra: confezione di pastelli omaggio Ina - Scuola (anni Trenta) e foglio interno di una Polizza del balilla dell'Ina con attestazione, tramite francobolli emessi dalla stessa azienda, dei premi mensili pagati (1939/40)

A fianco: particolare di una cartolina pubblicitaria della società Fiume (Boccasile, anni Trenta)

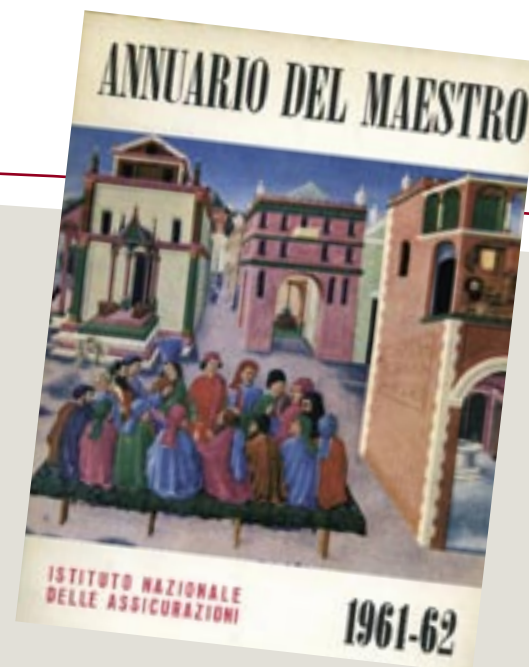




A fianco e sopra: cartoline pubblicitarie dell'Anonima Grandine (Bianchi, 1945) e dell'Ina (Busi, 1940 ca)

## focus

Esempio di “piccola pubblicità” destinata a una specifica categoria sociale, l'*Annuario del maestro* dell'Ina veniva distribuito in omaggio agli insegnanti della scuola primaria. Le pagine dedicate agli appunti giornalieri erano precedute da brevi saggi su temi di attualità per la scuola, mentre l'ultima parte del volume raccoglieva le “informazioni utili”, tra cui quelle sulle polizze assicurative.

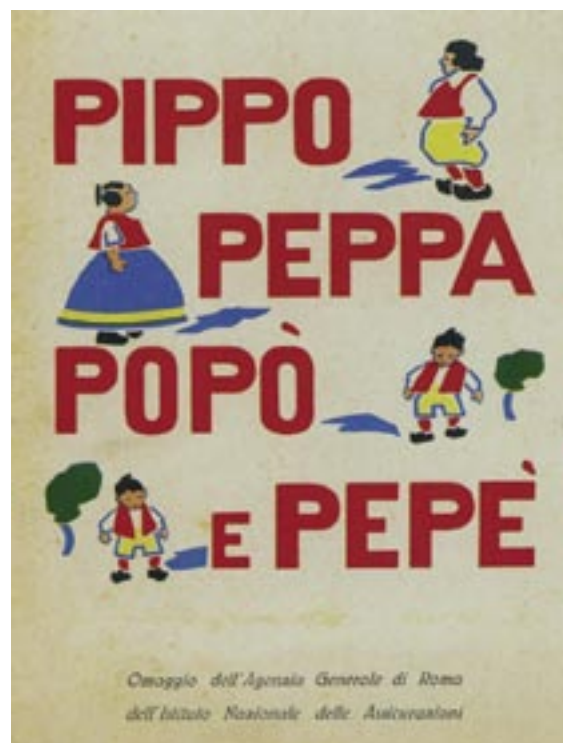




A fianco: copertina di opuscolo informativo dell'Ina (anni Trenta/Quaranta)

Sotto: particolare di una cartolina pubblicitaria dell'Ina (Busi, 1940 ca)





In questa pagina, da sinistra:  
cartolina dell'Ina illustrata  
da Busi (1940 ca), copertine  
di un opuscolo informativo  
Ina sulla previdenza per i più  
piccoli (anni Trenta/Quaranta)  
e dell'*Almanacco dell'Ufficio  
Postale* del 1956



# Grafico, illustratore, ritrattista

**N**ipote di Mosè Bianchi, noto pittore lombardo, e figlio di Anita Sangiorgi, artista e creatrice di arazzi e ricami, Alberto Bianchi, nato a Rimini nel 1882, è vissuto fin dall'infanzia a contatto con il mondo dell'arte, per il quale ha presto manifestato una forte inclinazione.

Dopo alcuni anni di perfezionamento artistico a Roma, sotto la guida di Antonio Mancini, dà avvio alla sua carriera di pittore e illustratore.

Nel 1915 inizia un intenso rapporto con Il Numero, noto settimanale umoristico per il quale disegna oltre cento vignette, seguito da numerose altre collaborazioni per giornali e riviste.

Alla fine della prima guerra mondiale comincia a dedicarsi in misura crescente alla ritrattistica, genere nel quale si è distinto particolarmente, lavorando soprattutto per il mondo aristocratico e industriale milanese. Ha dipinto anche paesaggi e nature morte non trascurando mai, tuttavia, l'attività di illustratore che lo ha visto collaborare con varie case editrici, per numerose copertine di libri, ed eseguire serie di cartoline.

A partire dagli anni Venti si è dedicato alla grafica pubblicitaria e non mancano, tra le sue creazioni, alcune pubblicità importanti e divenute famose, come, per esempio, il manifesto per l'Ardita della Fiat del 1933.

Ha lavorato fino a pochi anni prima della morte, avvenuta a Milano nel 1969.



Sopra: *Ardita Fiat* (1933) e *Quinquina Ferrugineux Serravallo* (1940)

A sinistra: *Crociere Italia Cosulich* (particolare del manifesto, 1935)

## CROCIERE

ITALIA  
FLOTTE RIUNITE

COSULICH  
S. T. N.

## Un segno grafico efficace e piacevole

A destra: Adolfo Busi

Sotto: Rimini (1929)

Nella pagina a fronte,  
dall'alto in senso orario:  
Lotteria di Tripoli (1936);  
La vittoria del grano (1929 ca);  
Riccione (1928);  
Biscotti Delser (particolare  
del manifesto, 1935 ca)

**I**niziata intorno al 1920 presso l'editore Chappuis di Bologna, la produzione pubblicitaria e cartellonistica di Busi, nato a Faenza nel 1891, è stata tra le più intense e incisive in Italia.

Diplomatosi a Bologna all'Accademia di Belle Arti, si è presto messo in luce in ambito pittorico, partecipando

a numerose mostre nazionali ed estere e allestendo, dal 1914, varie personali. Dopo un periodo trascorso

ad Alessandria, dedicato all'insegnamento del disegno, inizia a occuparsi di grafica pubblicitaria, con i primi lavori importanti per l'Atelier Chappuis subito dopo la prima guerra mondiale. Non trascurava, nel frattempo, sia l'attività di illustratore, dedicata in particolare a libri per l'infanzia e a serie di cartoline, sia la pittura, sua grande passione.

Gli anni Venti e Trenta lo vedono particolarmente attivo in campo pubblicitario con vari lavori per la ditta Baroni di Milano e per le Officine Grafiche Ricordi presso le quali apre un suo studio nel 1932.

Gli anni di collaborazione con la Ricordi sono intensissimi e gli procureranno una larga fama che lo porta a lavorare per le più importanti industrie italiane e per manifestazioni ed esposizioni di varia na-







*tura. Allestirà anche, negli anni precedenti la seconda guerra mondiale, padiglioni alla Fiera di Milano per note compagnie assicuratrici, comprese le Assicurazioni Generali.*

*Attraverso la moglie, artista e appartenente a una facoltosa famiglia riminese, Busi stabilisce un lungo rapporto affettivo con Rimini dove, sin dal 1915, trascorreva periodi di vacanza. Nasceranno, da questo suo rapporto, vari lavori pubblicitari per la nota località balneare e per altre cittadine della riviera romagnola. Dopo il secondo conflitto mondiale e per tutti gli anni Cinquanta, Busi continuerà a dedicarsi con impegno al suo lavoro di grafico pubblicitario, riservando tuttavia sempre più spazio alla pittura, soprattutto a olio. È morto a Bologna nel 1977.*



# All'estero

## COMUNICAZIONE E PUBBLICITÀ D'EPOCA DI SOCIETÀ E RAPPRESENTANZE STRANIERE DEL GRUPPO

L'espansione delle Generali nei mercati internazionali ha radici lontane, preparata dall'ampia rete di agenzie costituita dalla Compagnia in vari paesi fin dai decenni iniziali di attività. La creazione delle prime aziende affiliate risale agli anni Ottanta/Novanta dell'Ottocento con la costituzione di società in Austria, Italia, Ungheria e Romania che hanno dato l'avvio alla formazione di quel Gruppo che si sarebbe poi espanso sempre più in Europa e nel mondo.

Attualmente il Gruppo Generali, tra i maggiori a livello internazionale, controlla centinaia di società assicuratrici straniere sparse nei vari continenti.

Per alcune aziende europee, create o acquistate dalla Compagnia in tempi diversi, è stato

possibile recuperare, non senza difficoltà, testimonianze d'epoca relative all'attività promozionale e di comunicazione.

Spicca, tra questi materiali, un bel manifesto di Paul Verdussen del 1897 per Les Patrons Reunis, una società nata in Belgio nel 1887, acquisita dal Gruppo nel 1989 e da tempo assorbita da Generali Belgium. La Concorde, creata dalla Compagnia a Parigi nel 1905 e oggi confluita in Generali France, è rappresentata da alcune locandine che privilegiano la comunicazione scritta, racchiusa, in qualche caso, tra cornici architettoniche e floreali. Vari materiali, tra cui manifesti, cartoline, calendari e opuscoli informativi, ricordano, inoltre, l'attività promozionale svolta in passato sia da alcune rappresentanze sia da altre società straniere del Gruppo, quali il Banco Vitalicio de España, La France, La Populaire, L'Union Générale du Nord.

A fianco: copertina del bollettino edito negli anni Trenta dalla Direzione delle Generali in Cecoslovacchia





A fianco: manifesto  
de Les Patrons Réunis  
realizzato da Verduyssen  
(1897)

Sopra: locandina della  
società belga (1925 ca)





Nella pagina a fronte, da sinistra: manifesto di Lluís Escolà vincitore di un concorso indetto nel 1934 dal Banco Vitalicio de España per promuovere la previdenza popolare (a fianco, il disegno di Escolà utilizzato per una pubblicità del Banco da proiettare nei cinema); illustrazione pubblicitaria del 1887 del Banco de Cataluña confluito poi nel Banco Vitalicio de España

In questa pagina: illustrazioni da un opuscolo informativo (1925, sopra), calendario (1943) e foglietto pubblicitario (anni Quaranta) del Banco Vitalicio de España





# LA FRANCE

Compagnie Anonyme d'Assurances  
FONDÉE EN 1837

**14, RUE DE GRAMMONT - PARIS**

Assurances  
**L'INCENDIE**  
la Foudre  
les divers Cas d'explosion  
A PRIMES FIXES

Capital Social: **10 MILLIONS**

Directeur: **M. L. TRUILLIÉ**  
Directeur-Agée: M. A. ALLÈMES

Assurances  
**SUR LA VIE**  
A PRIMES FIXES

1 ASSURANCE EN CAS DE DÉCÈS  
2 ASSURANCE EN CAS DE VIE  
3 AGENT DE RIBS PROPRIETAIRES

Capital Social: **10 MILLIONS**

Directeur-Agée: M. H. POTERIN des MOTEL

**CONSEIL D'ADMINISTRATION :**

M. DIEGOT (E.), Président des JACOUESSEL (E.), Vice-Président	M. LAURENT (E.), sans mandat
M. SALAN (E.), Agée et à Paris et à Lyon	M. LAURENT (E.), Agée et à Paris et à Lyon
M. BENTLEY (E.), Agée et à Paris et à Lyon	M. LEBLANC (E.), Agée et à Paris et à Lyon
M. GRAPIN (E.), Agée et à Paris et à Lyon	M. RICHARD (E.), Agée et à Paris et à Lyon
M. GIBERT (E.), Agée et à Paris et à Lyon	M. ROY (E.), Agée et à Paris et à Lyon
M. THÉLIER (E.), Agée et à Paris et à Lyon	M. THÉLIER (E.), Agée et à Paris et à Lyon

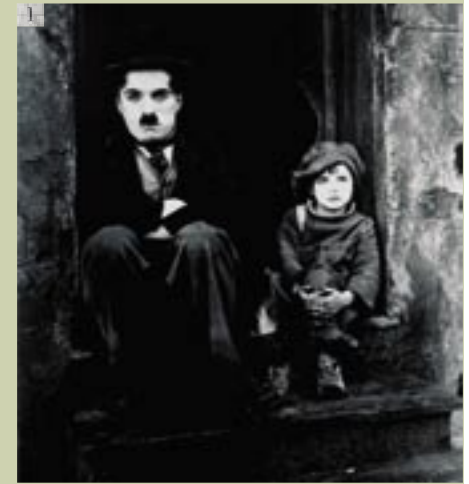
M. Agente général

Da sinistra: cartolina pubblicitaria (1932) e locandina (1911) della compagnia La France

Nella pagina a fronte: foglietti pubblicitari de La Populaire (anni Quaranta)

## Arte e cultura nell'era dei mass media

Negli anni tra le due guerre mondiali il cartellonismo d'autore vive la sua ultima grande stagione, ma contemporaneamente si affermano i nuovi mass media nati dal progresso tecnologico e destinati a rivoluzionare i concetti di arte, cultura e comunicazione.



1 Uno dei più grandi capolavori del cinema muto: *Il monello*, diretto e interpretato da Charlie Chaplin (1921)



2 Negli anni Venti inizia a concretizzarsi l'idea di diffondere contenuti sonori al pubblico: nella foto Papa Pio XI inaugura la Radio Vaticana (1931)



3 Dal 1925 in poi si susseguono gli esperimenti dedicati alla televisione: nella foto un apparecchio Telefunken per la ricezione radio-televisiva (1933)



4 La regista Leni Riefenstahl durante le riprese di *Olympia*, memorabile film documentario sui Giochi del 1936 a Berlino

**LA CONCORDE**  
COMPAGNIE ANONYME  
D'ASSURANCES À PRIMES FIXES  
CONTRE LES  
**ACCIDENTS**  
ET CONTRE LE **VOL**  
CAPITAL SOCIAL: 6.800.000  
(le ¼ versé)  
82, RUE S<sup>t</sup> LAZARE  
PARIS  
POUR TOUTS RENSEIGNEMENTS, S'ADRESSER

**CYCLISTES**  
VOUS N'ÊTES PAS SEULS SUR LA ROUTE  
À QUOI VOUS SENT VOTRE PRUDENCE  
*si vous n'êtes pas assurés*  
**LA CONCORDE**  
36 RUE RAVENNOT, BORDEAUX  
SON ASSURANCE  
**ACCIDENTS DE VELO**  
vous garantit  
EN CAS DE MORT  
D'INVALIDITÉ PERMANENTE TOTALE  
DE RESPONSABILITÉ VIS-À-VIS VOUS  
UN CAPITAL DE 100.000 FR.  
POUR UNE PRIME ANNUELLE DE 160 FRANCS  
Renseignez - vous  
Tous impôts et frais compris

**LA CONCORDE**  
COMPAGNIE D'ASSURANCES CONTRE LES RISQUES DE TOUTE NATURE  
Capital Social : Fr. 10.000.000 (1/4 versé)  
36 Rue S<sup>t</sup> Lazare, PARIS  
**GRÊLE**  
INCENDIE - ACCIDENTS  
VOL - TRANSPORTS  
POUR TOUTS RENSEIGNEMENTS, S'ADRESSER  
E.C.





Nella pagina a fronte:  
 locandine de La Concorde  
 (da sinistra: 1910 ca,  
 1930 ca firmata Jacques Ricy,  
 anni Trenta)

In questa pagina: manifesto  
 de L'Union Générale du Nord  
 (1930 ca)



KUNOJSSY R.T.  
BUDAPEST

**GENERALI**  
**TRIESTI ÁLTALÁNOS**  
**BIZTOSÍTÓ TÁRSULAT**  
 ALAPITTATOTT 1831  
 Magyarországi igazgatóság:  
**BUDAPEST V.,**  
**Dorottya-ucca**  
**10**

**TŰZ-, BETÖRÉS-, ŰVEG-,  
 SZÁLLITMÁNY-, GÉPTÖRÉS-  
 ÉS ÉLET- BIZTOSÍTÁSOK**

*Mindenféle baleset: Egyén-, csoportos-, gyermek-,  
 életbiztosítási, veséti és utazási balesetbiztosítások,  
 szövetkezési és gépkocsibiztosítások az*

**Első Általános Baleset- és Kárbiztosító Társaságnál**

**- Jégbiztosítások**

**Magyar Jég- és Viszont-Biztosító Részvénytársaságnál**

**Képviseltek az ország minden jelentősebb helységében!**

A fianco: manifesto della rappresentanza delle Generali a Budapest firmato Nemes (1925 ca)

Nella pagina a fronte: copertina di opuscolo, illustrata da Quaiatti, per la Direzione del Levante delle Generali (1932); nel tondo, particolare di una riedizione del 1951 con alcune modifiche a livello grafico



## focus

Questa carta geografica in lingua francese è uno dei molteplici esempi dei planisferi che nel corso degli anni sono stati realizzati per dare rilievo alla capillare diffusione del Gruppo: un unico colore, molto spesso il “rosso Generali”, evidenzia tutti i territori in cui la casa madre è presente direttamente, con proprie succursali o rappresentanze, oppure tramite compagnie figlie. La denominazione Assurances Générales de Trieste & Venise viene assunta nel 1903 dalla succursale delle Generali in Francia (dove la prima agenzia era stata aperta nel 1832 a Bordeaux) e continua a essere utilizzata per gran parte del XX secolo.

## Altri cartellonisti

*A completamento delle schede monografiche fin qui dedicate agli artisti che tra fine Ottocento e metà Novecento hanno realizzato i manifesti più significativi per le compagnie del Gruppo Generali, vogliamo brevemente ricordare anche altri autori cui si devono alcune delle opere presentate in questi nove capitoli.*



**C. Manciola, Campionati nazionali femminili di atletica legg. e pallacanestro, 1941**

### **CORRADO MANCIOLI (Roma 1904 – 1968)**

*Illustratore e cartellonista, aprì uno studio con il fratello Ottorino. Ha disegnato manifesti pubblicitari, di propaganda per eventi vari del regime e francobolli a tema sportivo per l'Italia e San Marino.*

### **FRANCO MOSCA (Biella 1910 – Milano 2003)**

*Autore di manifesti per numerose industrie e società, il suo stile richiama la grafica di Boccasile presso la cui agenzia, l'Acta di Milano, ha lavorato intorno alla metà degli anni Trenta. Rimangono famose alcune pubblicità degli anni Cinquanta/Sessanta caratterizzate da procaci figure femminili sul modello delle pin-up americane.*



**F. Mosca, Mosquito, 1954**

### **ANDREA PETRONI (Venosa 1863 – Roma 1943)**

*Studiò pittura all'Istituto di Belle Arti di Napoli, mettendosi presto in evidenza per le sue spiccate capacità grafiche. Trasferitosi a Roma, gli venne affidata la decorazione del Parlamentino del Ministero dell'agricoltura, realizzata attraverso un ciclo di pitture dedicate, in particolare, ad aspetti e attività del mondo agricolo.*

### **ANTONIO QUAIATTI (Trieste 1904 – 1992)**

Allievo di Wostry e Finazzer Flori alla Sezione Capi d'arte delle "Industriali" di Trieste, ha avuto una lunga e intensa attività di grafico pubblicitario. Collaborò vari anni con il Lloyd Triestino, per manifesti turistici, depliant, copertine di riviste, e con altre aziende cittadine. Si dedicò anche all'illustrazione di libri e alla decorazione di interni.

### **WALTER RESENERA (Seren del Grappa 1907 – Schio 1995)**

Portato fin da giovanissimo per il disegno e la pittura, si recò a Milano con l'intento di conoscere Marcello Dudovich, attratto dalle opere del grande cartellonista triestino. Lo conobbe, lavorò con lui e ne sposò la figlia Adriana nel 1935. Vari i settori, oltre a quello pubblicitario, nei quali Resentera ha operato e si è fatto apprezzare: pittura murale e da cavalletto, affresco, mosaico.



W. Resentera,  
Festa delle legioni, 1934



G. L. Sormani, Miccio & Ci., 1910

### **GIAN LUCIANO SORMANI (Legnago 1867 – 1938?)**

La pittura e l'insegnamento costituiscono le attività primarie di questo artista, diplomatosi all'accademia di Venezia sotto la guida di Pompeo Molmenti. Dedicatosi inizialmente alla figura passò poi a dipingere paesaggi, lavorando saltuariamente anche come cartellonista.

### **PAUL VERDUSSEN (Bruxelles 1868 – 1945)**

Pittore e grafico belga, dipinse interni, paesaggi, navi, boschi e ambienti cittadini. Fu co-fondatore e segretario dell'associazione artistica Brussels Le Sillon (1893). A fine Ottocento si è specializzato nella realizzazione di manifesti. Il suo studio, per il valore storico e artistico, è diventato dal 1999 un monumento protetto.

# Fumetti e vignette d'autore

MILO MANARA PER  
ALLEANZA E MARCO  
BIASSONI PER TORO



**T**ra pubblicità e fumetto sono spesso intercorsi rapporti e scambi reciproci. A ben guardare, comunque, è certamente maggiore il numero di personaggi famosi e di relativi disegnatori “prestati” dal mondo dei *comics* alla pubblicità e utilizzati per promuovere, sulla scia della notorietà raggiunta attraverso centinaia e centinaia di “strisce”, prodotti e servizi vari, marchi di aziende, campagne di informazione sociale.

D'altronde la natura del “linguaggio” fumettistico, che riesce a condensare immagini e parole in una sintesi visiva immediata ed efficace, risulta quanto mai funzionale ai fini della comunicazione pubblicitaria.

Anche Alleanza e Toro, tra il 1990 e il 1995, per promuovere alcuni prodotti assicurativi sono ricorse alla matita di due grandi creatori italiani di fumetti e di illustrazione in genere: Milo Manara e Marco Biassoni.

Nel caso di Alleanza si tratta di vere e proprie tavole-fumetto elaborate da Manara con il suo stile grafico inconfondibile che ne ha fatto uno dei fumettisti italiani più noti e apprezzati all'estero; Biassoni, la cui attività di illustratore e *cartoonist* si è maggiormente esplicitata in campo pubblicitario, affida invece a una serie di vignette, con quel sapore tra ironico e umoristico tipico di gran parte della sua produzione, il compito di illustrare polizze e servizi offerti da Toro.





A fronte: vignetta di Biassoni per un opuscolo sulla polizza *Master della Toro* (1995) e tavola-fumetto di Manara per la polizza *Denaro rivalutato* di Alleanza (1990)

A fianco: altre tavole di Manara

# I maestri italiani del fumetto

Milo Manara s'inserisce certamente a buon diritto tra quelli che possono essere considerati i maestri italiani del fumetto: grandi autori e disegnatori che nella seconda metà del Novecento hanno saputo innalzare una forma d'arte ritenuta "minore" a genere letterario di tutto rispetto. Ne vogliamo ricordare alcuni.

1



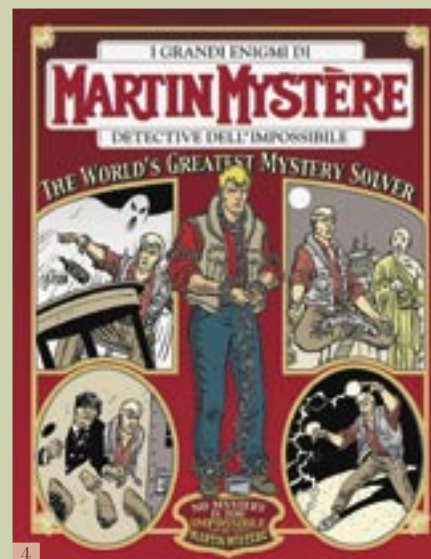
1 Tex è stato creato nel 1948 da Gianluigi Bonelli e realizzato graficamente da Aurelio Galleppini (Galep); a quest'ultimo si devono anche le prime 400 copertine della serie mensile (a sinistra il disegno per la copertina del n. 315, *Sangue sul fiume*, del 1987)

2 Topolino con Atomino Bip Bip, uno dei tanti personaggi con i quali Romano Scarpa ha arricchito l'universo disneyano, nell'avventura che li porterà fino alle sorgenti mongole (1959)

3 I soldati delle Sturmtruppen, il grottesco esercito nato nel 1968 dalla fantasia di Franco Bonvicini (Bonvi), in una vignetta del 1983

4 Martin Mystère, il detective dell'impossibile, è stato ideato nel 1982 dalla fertile penna di Alfredo Castelli e disegnato da Giancarlo Alessandrini (a fianco l'immagine di copertina del n. 285, *Il grande Houdini*, 2006)

3



4





Tavole di Manara per  
la polizza *Denaro*  
rivalutato di Alleanza  
(1990)



ALLEANZA ASSICURA E SEMPLIFICA LA VITA.



ALLEANZA ASSICURA E SEMPLIFICA LA VITA.

**Doctor**

Sistema salute Toro.



Guida al Servizio

**TORO**  
ASSICURAZIONI

NO CARA...  
E' INUTILE CHE  
TU VENGA!...  
SONO IN  
OTTIME  
MANI!



**DOCTOR.**  
IL SISTEMA SALUTE CHE  
GARANTISCE  
TUTTI I COMFORT.

ALLORA MI PORTI SU  
5 KETTI DI ASPIRINA,  
UN KG. DI VITAMINA C,  
UN ANTINFUENZIALE  
E FORMATO FAMIGLIA...



**DOCTOR.**  
IL SISTEMA SALUTE CHE  
CONSEGNA  
A CASA LE MEDICINE.

GRAZIE DOTTORE!  
ADESSO IO  
STO BENE,  
E IL MIO PORTAFOGLIO  
BENISSIMO!



**DOCTOR.**  
IL SISTEMA SALUTE CHE  
PAGA  
TUTTO DIRETTAMENTE.



Nelle due pagine: vignette  
di Biassoni per un opuscolo  
informativo sulla polizza  
*Doctor* della Toro (1990)



## focus

Anche il notissimo disegnatore satirico Giorgio Forattini ha lavorato per le Generali, realizzando il logo del “Leone volante” lanciato nel 1985 come simbolo dell’omonima convenzione stipulata tra la Compagnia e l’Alitalia da cui nacque una polizza su misura per i viaggiatori aerei, con garanzie innovative per l’epoca. L’immagine compariva in punti strategici, come le vetrine delle agenzie di viaggio, i banchi di ricevimento degli aeroporti, le pagine dei giornali specializzati, le insegne luminose pubblicitarie.



## focus

Tra gli illustratori che nella seconda metà del XX secolo hanno collaborato con il Gruppo Generali, non va dimenticato Omero Valenti (Trieste 1906 - Udine 2001), noto fin dagli anni Venti come grafico pubblicitario e poi vignettista del settimanale *Mastro Remo*. Tra i lavori da lui svolti per la Compagnia negli anni Sessanta e Settanta, presentiamo qui alcuni esempi dei disegni pubblicati sulla rivista aziendale, *Il Bollettino*, a corredo degli articoli sui rischi coperti dalle diverse polizze e sulle tecniche di vendita. Suo è anche il leoncino di pagina 208.





In queste due pagine:  
vignette di Biassoni  
da un opuscolo informativo  
della Toro sulla polizza  
*Master* (1995)



## L'arte leggera dell'umorismo

A destra: Marco Biassoni

Qui sotto: l'artista in una fotografia del 1996 in cui indossa, alla maniera di Steinberg, un sacchetto col faccione del suo personaggio più famoso, Re Artù



**F**igura di spicco nel panorama italiano dell'illustrazione, del fumetto e dell'animazione, in particolare nel settore pubblicitario, Marco Biassoni ha iniziato la professione a Genova, dove è nato nel 1930. Ha creato nel 1956, con alcuni colleghi, lo Studio Firma lavorando presto per grandi aziende. Del 1959 è Lingottino, il suo primo personaggio a fumetti, cui segue, dopo il trasferimento a Milano nel 1961 presso il quotidiano Il Giorno, quello del Prode Anselmo.

Gli interessi giovanili per cinema, teatro e animazione lo portano a cimentarsi negli anni Sessanta e Settanta anche nel campo della pubblicità cine-televisiva, per la quale ha creato, come produttore e regista, spot per marchi importanti come Barilla, Perugina, Knorr, Shell, Cynar, J&B, Bertolli e Total. Famoso, tra i vari Caroselli ideati da Biassoni, quello di Re Artù per la Pavesi ("Arriva Lancillotto, succede un quarantotto..."), divenuto poi fumetto per il Corriere dei Piccoli, testata per la quale ha creato anche le strisce di Cìà Cìà Pascià.

Tra le sue pubblicazioni ricordiamo Il piccolo cavaliere, edito negli Stati Uniti nel 1968, Una



NON CON  
L'OLIO EXTRAVERGINE!



donna chiamata libertà (1969), Al Castel di Camelotto del 1976 e una serie di libri per bambini avviata nel 1998.

Nel 1996 è fra i firmatari del Manifesto degli Scrittori del Segno e nel 1997 è con Carlo Squillante fra i fondatori dell'Associazione Nazionale Umoristi, che ha definito e promuove il concetto di "arte leggera".

Ha creato campagne di informazione sociale per enti e istituzioni e i suoi

lavori sono apparsi su varie riviste. Versatile, eclettico, Marco Biassoni è coerente nello stile; il suo segno immediato e incisivo raggiunge subito l'essenziale, frutto di una maturata esperienza nell'arte della comunicazione.

Ha partecipato a numerose mostre ottenendo importanti riconoscimenti tra cui, nel 1997, il premio "Silver Price" all'International Cartoon Exhibition di Kyoto. Si è spento a Milano nel 2002.



Marco Biassoni in un'autocaricatura (a sinistra) e visto da Carlo Squillante (qui sopra); nelle due pagine una breve galleria di suoi disegni



## Un maestro del fumetto



**È** tra i più grandi disegnatori e creatori italiani di fumetti, con una carriera ormai quarantennale e una produzione abbondantissima che lo hanno reso famoso e apprezzato in tutto il mondo.

Nato a Luson, in provincia di Bolzano, nel 1945, Manara, il cui vero nome è Maurilio, è sempre vissuto nel veronese, diplomandosi al liceo artistico e frequentando poi la facoltà di Architettura a Venezia. La sua carriera di fumettista, iniziata alla fine degli anni Sessanta con tavole per la collana Genius, lo ha visto collaborare presto con numerose riviste e note case editrici; verso la metà degli anni Settanta, oltre a disegnare per il Corriere dei Ragazzi, fonda con Saverio Pisu la rivista satirica Telerompo, per la quale realizza varie storie. Nello stesso periodo pubblica su Alterlinus, con la sceneggiatura di Pisu, Lo scimmiotto, riduzione di un classico cinese e prima svolta verso il fumetto d'autore.

Seguiranno numerosi lavori e collaborazioni di vario tipo, tra cui, importanti, quelle con Hugo Pratt, che Manara ha sempre considerato il suo maestro, oltre che grande amico: la prima del 1983 sulla rivista Corto Maltese per la storia a fumetti Tutto ricominciò con un'estate indiana – testi di Pratt per uno dei capolavori di Manara – cui ha fatto seguito, nel 1992, El Gaucho.

Alla metà degli anni Ottanta risale un'altra grande e proficua amicizia di Manara: quella con Federico Fellini, di cui trasformerà in fumetto un paio di sce-







*neggiature per film mai realizzati, Viaggio a Tulum e Il viaggio di G. Mastorna detto Fernet. Per il regista riminese l'artista ha anche realizzato i manifesti di due film: Intervista e La voce della luna, ultimo di Fellini.*

*Tra gli anni Ottanta e Novanta, Manara diventa un grande autore di bestseller con la pubblicazione di alcuni fortunati racconti erotici. Tra questi, in particolare, Il gioco (1983), il suo fumetto più noto che lo ha fatto apprezzare a livello internazionale, e il profumo dell'invisibile (1985), che gli viene commissionato da una rivista francese dopo il successo del primo. Importanti, sempre a sfondo erotico, sono le Storie brevi di cui Miele, una delle sue splendide e più note eroine, è spesso protagonista.*



*Tra i lavori più recenti ricordiamo Tre ragazze nella rete (2000), Fuga da Piranesi (2002), Quarantasei (2006) che ha come protagonista Valentino Rossi, Pandora (2007) con la sceneggiatura di Vincenzo Cerami. Si è dedicato anche alla grafica pubblicitaria e recente (2008) è un suo spot per i materassi Permafex. Dai lavori di Manara, la cui attività di grafico e fumettista continua intensa, punteggiata negli ultimi anni da numerose mostre dedicate alla sua produzione, sono stati tratti vari film, cd-rom e videogiochi.*

**A fronte: Donna su sedia di vimini, acquarello su carta realizzato da Milo Manara per Chanel, e una foto dell'artista al lavoro**

**Sopra, da sinistra: un disegno a china tratto dalla serie ideata per la nave da crociera Costa Atlantica, i cui ponti sono dedicati a Federico Fellini con omaggi alla sua arte; la Ragazza con cinepresa realizzata per una mostra sul cinema tenutasi a Cinecittà; una tavola di fumetto tratta da Tutto ricominciò con un'estate indiana su sceneggiatura di Hugo Pratt**

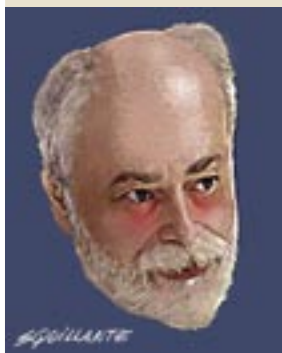
**In basso: Milo Manara visto da Carlo Squillante**

# INEDITI PER NOI, DAI MAESTRI



## Alfredo Castelli

Milanese, esordisce nel 1965, diciottenne, nel mondo dei fumetti. Come sceneggiatore, ha lavorato a serie iniziate da altri (*Diabolik*, *Zagor*, *Mister No...*) e ne ha create di nuove (*Gli Astrostoppisti*, *Mister Charade*, *Tilt*, *Zio Boris* e *Gli Aristocratici*, questi ultimi tradotti in una quindicina di paesi). Come curatore o direttore ha partecipato alla fondazione di *Tilt* (una sorta di *Mad* all'italiana) e *Horror* (prima rivista italiana dell'insolito, 1969); è stato redattore del *Corriere dei Ragazzi* e condirettore con Silver di *Eureka*. Nel 1982 crea la sua serie più popolare, *Martin Mystère*, tuttora pubblicata con successo da Sergio Bonelli Editore a cura dello stesso Castelli.



## Guido Silvestri, in arte Silver

Debutta nel fumetto nel 1971 collaborando alla realizzazione di *Nick Carter*, personaggio cardine della trasmissione *Gulp! Fumetti in TV* ideato da Bonvi e De Maria. Nel 1974 crea per il *Corriere dei Ragazzi* la striscia *Lupo Alberto*, che nel 1976 porta nella scuderia di *Eureka*, rivista dedicata al fumetto d'autore. Qui il personaggio inizia la sua scalata al successo, diventando in soli due anni il preferito dai lettori in un referendum di popolarità. Dal 1984 Silver e la Fattoria McKenzie danno vita a una rivista interamente dedicata a *Lupo Alberto*, poi consacrato come vero e proprio fenomeno di costume da svariate iniziative sociali e commerciali.



# DEL FUMETTO E DELL'UMORISMO



## Carlo Squillante

Napoletano, vive e lavora a Milano. Collabora inizialmente con *Il Travaso*, con *Gialli Mondadori* e con *Il Corriere dei Piccoli*, per il quale crea "Gennarino Tarantella", ultimo personaggio nella storia della testata a essere raccontato con i classici versi ottonari. Per *Espansione Mondadori* dà vita a "Playmanager". Dal 1987 a tutt'oggi le sue vignette appaiono sull'agenda *Smemoranda*. Spiccano, fra le altre collaborazioni, quelle con *La Settimana Enigmistica*, *Topolino*, *Il Corriere della*



*Sera*, *La Repubblica* e *Il Sole 24 ore*. Crea molti personaggi per la pubblicità di grandi marche e pubblica una decina di libri di umorismo disegnato e scritto. Per celebrare e promuovere la fecondità culturale dell'umorismo a tutto tondo (grafico, pittorico, letterario, scenico, ecc.) fonda l'Associazione Nazionale Umoristi, la cui filosofia ammicca a due definizioni dell'umorismo: "l'attitudine a cogliere gli aspetti divertenti o bizzarri della vita, per comprenderla meglio e più a fondo", di un autorevole dizionario, e "la simpatia per la vita vista dalla parte delle cuciture", di Thomas Carlyle.

**A.N.U.**  
Associazione Nazionale Umoristi

# indici

Nelle pagine seguenti, alcune informazioni utili per apprezzare pienamente il libro: i dati essenziali sulle compagnie del Gruppo che hanno commissionato manifesti, l'elenco degli artisti e delle pagine dove compaiono loro opere, la descrizione e i crediti di tutte le immagini pubblicate, una breve bibliografia e una meritata citazione per chi ha collaborato al volume.

a l'X

autore  
1902

n

COMPAGNIE DEL GRUPPO 180

ARTISTI 182

IMMAGINI 183

BIBLIOGRAFIA 205

RINGRAZIAMENTI 207



# Le compagnie del Gruppo

Sono citate tutte le società che hanno commissionato opere d'arte riprodotte in questo volume e che sono entrate a far parte del Gruppo Generali, anche se oggi incorporate in altre compagnie del Gruppo stesso. Non sono inserite nell'elenco le rappresentanze o succursali estere della casa madre.



**Alleanza Assicurazioni** – Fondata nel 1898, è stata acquisita nel 1934 dalle Generali; nel 2009 le attività dell'Alleanza sono state conferite in Alleanza Toro.



**Anonima Grandine** – Costituita nel 1890 dalle Generali, nel 1947 è stata incorporata nella Capogruppo.



**Anonima Infortuni** – Costituita nel 1896 dalle Generali, nel 1947 è stata incorporata nella Capogruppo.



**Assicurazioni Generali** – La Capogruppo è stata costituita nel 1831 come Assicurazioni Generali Austro-Italiche e ha adottato l'attuale denominazione semplificata nel 1848.



**Banco Vitalicio de España** – Costituito nel 1897 a seguito della fusione di due società preesistenti, nel 1920 è entrato nel Gruppo Generali; nel 2009 è stata deliberata la fusione del Vitalicio con Estrella in Generali España.



**Compagnia Anonima d'Assicurazione di Torino** – Fondata nel 1833, la compagnia ha assunto nel 1974 la denominazione di Toro Assicurazioni e nel 2006 è stata acquisita dalle Generali; nel 2009 le attività della Toro sono state conferite in Alleanza Toro.



**Fiume** – Costituita nel 1924 dall'Ina, nel 1946 è divenuta Fiumeter a seguito della fusione con Terra e nel 1970 è stata incorporata da Assitalia.



**Fondo Assicurativo Tra Agricoltori (Fata)** – Fondato nel 1927 col nome di Scintilla, nel 1948 ha assunto la denominazione di Fata; nel 1994 la compagnia è stata acquisita dall'Ina e nel 2000 è entrata a far parte del Gruppo Generali; dal 2007 ha dato origine a due distinte società: Fata Assicurazioni Danni e Fata Vita.



**Istituto Nazionale delle Assicurazioni (Ina)** – Fondato con l. 305/1912 come ente pubblico per esercitare il monopolio delle assicurazioni sulla vita in Italia, nel 1923 inizia a operare in regime di concorrenza; è stato privatizzato con l. 359/1992 e acquisito nel 2000, assieme ad Assitalia e Fata, dalle Generali; dal 2007 Ina e Assitalia sono una sola compagnia.



**La Concorde** – Costituita dalle Generali nel 1905, si è fusa con La France nel 1997 dando vita a Generali France assurances.



**La France** – Fondata nel 1837, è entrata nel Gruppo Generali nel 1995 confluendo due anni dopo in Generali France assurances.



**Le Populaire** – Fondata nel 1910, è divenuta Groupe des Populaires d'Assurances (Gpa) nel 1974 ed è entrata nel Gruppo Generali nel 1998, confluendo in Generali France assurances nel 2006.



**Le Assicurazioni d'Italia (Assitalia)** – Costituita nel 1923 con un capitale sociale di 20 milioni, di cui oltre 10 sottoscritti dall'Ina e il restante da altre importanti compagnie assicuratrici italiane; nel 1927 l'intero capitale sociale è stato acquisito dall'Ina, con cui Assitalia si è fusa il 31 dicembre 2006.



**Les Patrons Réunis** – Fondata nel 1887, è entrata nel Gruppo Generali nel 1988 ed è stata incorporata in Generali Belgium nel 1993.



**L'Union Générale du Nord** – Fondata nel 1867, è entrata nel Gruppo Generali nel 2003 ed è stata incorporata in Generali France assurances nel 2004.

# Artisti per il Gruppo Generali

Sono citati tutti gli uomini di cultura individuati come autori (per la parte grafica o per i testi) di opere realizzate per compagnie del Gruppo Generali e riprodotte in questo volume. In generale i numeri si riferiscono alle pagine dove compaiono loro lavori; quelli in grassetto corsivo stanno a indicare gli approfondimenti con informazioni biografiche.

Bacorigi L.	69	Mercuri Angelo	128
Ballerio Osvaldo	73, <b>79</b> , 104, 110-111, 136, 140	Metlicovitz Leopoldo	18, 20, 25, 63, <b>64-65</b>
Ballester Anselmo	12, 121, <b>132-133</b>	Mosca Franco	12, 103, <b>162</b>
Beltrame Achille	11, 61, 70-71, 74-78, <b>80-81</b>	Mossa G.	113
Bianchi Alberto	122, 145, <b>149</b>	Nemes	160
Biassoni Marco	164, 168-171, <b>172-173</b>	Petroni Andrea	58, 62, <b>162</b>
Boccasile Gino	12, 23, 94, 101-103, 106, 111, 113-115, <b>118-119</b> , 121, 137, 143-144	Polli V.	74
Busi Adolfo	13, 98, 105, 129, 145-148, <b>150-151</b>	Pozzati Severo (Sepo)	22, 100, <b>108-109</b>
Capizzano Santamaria	98, 139	Prada G.	123
Castelli Alfredo	166, <b>176</b>	Puppo Mario	126, <b>131</b>
Chiurlo F.	52	Quaiatti Antonio	161, <b>163</b>
Codognato Plinio	53, <b>56-57</b> , 62	Raimondi Aldo	116, <b>117</b>
Corbella Tito	95-96, 98, <b>107</b>	Resentera Walter	101, <b>163</b>
Dolfini L.	100	Ricy Jacques	158
Dudovich Marcello	11-12, 19-20, 25, <b>38-47</b> , 82-87, <b>92-93</b> , 99, 143	Rosa Salva Giuseppe	120, 124-125
Escolà Lluís	154	Scorzon Amos	100
Fontana D.	122	Sigon Pollione	88-90, <b>91</b>
Fontana L.	67	Silvestri Guido (Silver)	<b>176</b>
Forattini Giorgio	169	Sormani Gian Luciano	10, 52, <b>163</b>
Guerrini L.	60	Squillante Carlo	173, 175-176, <b>177</b> , 206-207
Manara Milo	164-165, 167, <b>174-175</b>	Supino Gigi	89
Mancioli Corrado	127, <b>162</b>	Tanozzi Gorgone	97
Manno Dante	130	Terzoli Ugo	95
		Valenti Omero	170, 208
		Verdussen Paul	153, <b>163</b>
		Vergani Orio	112



# Le immagini

## DESCRIZIONE DELLE OPERE E CREDITI FOTOGRAFICI

Nell'indicare la tipologia delle opere d'arte è stato adottato il seguente criterio: si parla di manifesto a partire da una dimensione minima di 70x100 cm, di locandina se le misure sono inferiori.

Tutte le immagini tratte dalla Collezione Salce, in deposito al Museo Civico L. Bailo di Treviso, sono state riprodotte su concessione del Ministero per i Beni e le Attività Culturali, Soprintendenza per i beni storici, artistici ed etnoantropologici per le province di Venezia, Belluno, Padova e Treviso. Nel successivo elenco a ogni opera della collezione Salce è attribuito il suo numero di codice.

Per le altre immagini incluse nel presente volume è stato fatto ogni sforzo per contattare i detentori dei diritti d'autore. Nel ringraziare tutti coloro che hanno contribuito alla documentazione iconografica, l'editore invita chi riscontrasse eventuali inesattezze nei crediti indicati a segnalarle via mail all'indirizzo [cral4@generali.com](mailto:cral4@generali.com) o telefonicamente al numero 040-671623.



pag. 6

**G. Pividor**

litografia, 1850 ca

Civici Musei di Storia e Arte, Trieste



pag. 8

targa metallica, 1833/48

Archivio Storico Generali



pag. 9

acquarello

Collezione Fondazione Besso, Roma



pag. 6

polizza (part.), 1867

Archivio Storico Generali



pag. 8

polizza vita, 1840 ca

Archivio Storico Generali



pag. 9

manifesto, 1860

Archivio Storico Generali



pag. 6

targa (part.), 1833/48

Archivio Storico Generali



pag. 8

polizza contro i danni del fuoco, 1839

Archivio Storico Generali



pag. 10

manifesto, 1901

Archivio Storico Generali



pag. 7

targa metallica, anni Venti/Trenta

Archivio Storico Generali



pag. 8

polizza contro i danni degli incendi, 1867

Archivio Storico Generali



pag. 10

manifesto, 1906/09

da *Il Bollettino*, rivista  
del Gruppo Generali



pag. 7

**A. Quadri**

stampa, 1828

Collezione Generali



pag. 9

bassorilievo, XVI secolo

Patrimonio Immobiliare Generali



pag. 10

**G. L. Sormani**

manifesto, 1910 ca

Collezione Generali

Collezione Salce (cod. 10967)



*pag. 11*

**A. Beltrame**  
olio su tela, 1931  
Collezione Generali

---



*pag. 13*

manifesto, 1953  
Collezione Generali

---



*pag. 15*

polizza vita, 1913  
Archivio Storico Ina Assitalia

---



*pag. 11*

**M. Dudovich**  
calendario, 1935  
Collezione Generali

---



*pag. 14*

polizza grandine, 1856  
Archivio Storico Generali

---



*pag. 15*

Francesco Saverio Nitti  
it.wikipedia.org

---



*pag. 12*

**A. Ballester**  
manifesto, 1940  
Archivio Storico Ina Assitalia  
Collezione Salce (cod. 12982)

---



*pag. 14*

**F. Hayez**  
Alessandro Manzoni  
olio su tela, 1846  
it.wikipedia.org

---



*pag. 15*

polizza vita, 1918  
Archivio Storico Generali

---



*pag. 12*

**M. Dudovich**  
manifesto, 1937 ca  
Collezione Generali  
Collezione Salce (cod. 4088)

---



*pag. 14*

polizza incendi, 1865  
Archivio Storico Pinacoteca  
Iconologia Toro

---



*pag. 15*

Carlo I d'Austria  
olio su tela, 1915  
it.wikipedia.org

---



*pag. 12*

**G. Boccasile**  
calendario, 1937  
Collezione Generali  
Collezione Salce (cod. 3076)

---



*pag. 14*

Agostino Depretis  
it.wikipedia.org

---



*pag. 15*

polizza vita, 1929  
Archivio Storico Ina Assitalia

---



*pag. 12*

**F. Mosca**  
calendario, 1935  
Archivio Storico Ina Assitalia  
Collezione Salce (cod. 8541)

---



*pag. 14*

polizza vita, 1897  
Archivio Storico Generali

---



*pag. 15*

Benito Mussolini  
it.wikipedia.org

---



*pag. 13*

**A. Busi**  
manifesto, 1959  
Archivio Storico Ina Assitalia  
Collezione Salce (cod. 12062)

---



*pag. 14*

Pio X  
olio su tela  
it.wikipedia.org

---



*pag. 15*

polizza infortuni, 1934  
Archivio Storico Generali

---



*pag. 15*  
**Gabriele d'Annunzio**  
it.wikipedia.org

---



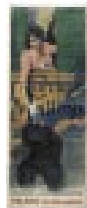
*pag. 18*  
**L. Metlicovitz**  
manifesto, 1914  
Collezione Salce (cod. 20659)

---



*pag. 20*  
**L. Metlicovitz**  
manifesto, 1906  
Collezione Salce (cod. 2694)

---



*pag. 16*  
**A. Pusterla**  
manifesto, 1887  
Collezione Salce (cod. 12319)

---



*pag. 18*  
**L. Metlicovitz**  
manifesto, 1910  
Collezione Salce (cod. 2772)

---



*pag. 20*  
**M. Dudovich**  
manifesto, 1912 ca  
Collezione Salce (cod. 4033)

---



*pag. 16*  
**J. Chéret**  
manifesto, 1896  
Collezione Salce (cod. 13720)

---



*pag. 18*  
**A. Hohenstein**  
manifesto, 1900  
Collezione Salce (cod. 13387)

---



*pag. 21*  
**A. Mazza**  
manifesto, 1910  
Collezione Salce (cod. 3403)

---



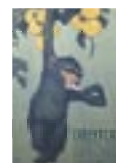
*pag. 16*  
**A. Mucha**  
manifesto, 1896  
Collezione Salce (cod. 8761)

---



*pag. 19*  
**L. Cappiello**  
manifesto, 1903  
Collezione Salce (cod. 12201)

---



*pag. 21*  
**A. Terzi**  
manifesto, 1914  
Collezione Salce (cod. 2493)

---



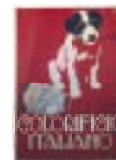
*pag. 17*  
**H. de Toulouse-Lautrec**  
manifesto, 1892  
it.wikipedia.org

---



*pag. 19*  
**F. Laskoff**  
manifesto, 1914  
Collezione Salce (cod. 13531)

---



*pag. 21*  
**A. Terzi**  
manifesto, 1921  
Collezione Salce (cod. 2492)

---



*pag. 17*  
**L. Rhead**  
manifesto, 1900  
it.wikipedia.org

---



*pag. 19*  
**M. Dudovich**  
manifesto, 1908  
Collezione Salce (cod. 4032)

---



*pag. 21*  
**L. Cappiello**  
manifesto, 1910  
Collezione Salce (cod. 12128)

---



*pag. 18*  
**A. Hohenstein**  
manifesto, 1899  
Collezione Salce (cod. 1039)

---



*pag. 20*  
**E. Sacchetti**  
manifesto, 1921  
Collezione Salce (cod. 2455)

---



*pag. 22*  
**Sepo (S. Pozzati)**  
manifesto, 1933  
Fondazione Bertarelli (cod. C202)

---



pag. 22

**F. Depero**

locandina, 1925 ca  
Collezione Salce (cod. 9977)



pag. 25

**A. Villa**

manifesto, 1902  
Collezione Salce (cod. 22154)



pag. 29

Gina e Nando Salce  
© Luigi Baldin, fotografo d'arte



pag. 22

**A. L. Mauzan**

manifesto, 1917  
Collezione Salce (cod. 10730)



pag. 25

**M. Dudovich**

manifesto, 1907  
Collezione Salce (cod. 4025)



pag. 30

**G. M. Mataloni**

fregio decorativo  
dal libro *Signor Salce*



pag. 23

**G. Boccasile**

manifesto, 1944  
Collezione Salce (cod. 13086)



pag. 25

**L. Metlicovitz**

manifesto, 1909  
Collezione Salce (cod. 2647)



pag. 30

**B. Fabiano**

acquarello  
dal libro *Signor Salce*



pag. 23

**G. Boccasile**

manifesto, 1950 ca  
Collezione Salce (cod. 3329)



pag. 26

**Signor Salce**

Celio libri, 1997



pag. 31

**L. Cappiello**

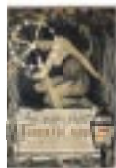
manifesto, 1901  
it.wikipedia.org



pag. 23

**A. Testa**

manifesto, 1960  
Coll. Gemma De Angelis Testa,  
Milano



pag. 27

**G. M. Mataloni**

manifesto, 1895  
Collezione Salce (cod. 12423)



pag. 32

disegno

dal libro *Signor Salce*



pag. 24

**A. Villa**

manifesto, 1899  
Collezione Salce (cod. 22155)



pag. 28

Regina Gregorj

© Luigi Baldin, fotografo d'arte



pag. 32

dal libro *Signor Salce*



pag. 24

**F. Laskoff**

manifesto, 1901  
fondazionemele.it



pag. 29

© Luigi Baldin, fotografo d'arte



pag. 33

**A. Hohenstein**

manifesto, 1898  
Collezione Salce (cod. 13381)



*pag. 34*

**A. Villa**

manifesto, 1902

Collezione Salce (cod. 1444)

---



*pag. 37*

Ph. Andrea e Roberto Rosasco

---



*pag. 41*

**M. Dudovich**

manifesto, 1910

Collezione Salce (cod. 4042)

---



*pag. 35*

**J. M. Auchentaller**

manifesto, 1922

Collezione Salce (cod. 11045)

---



*pag. 38*

**M. Dudovich**

manifesto, 1899

Collezione Salce (cod. 23387)

---



*pag. 42*

Proprietà privata, Trieste

---



*pag. 35*

Nando Salce

dal libro *Signor Salce*

---



*pag. 38*

Antonio e Marcello Dudovich

Proprietà privata, Trieste

---



*pag. 42*

Elisa Bucchi

Proprietà privata, Trieste

---



*pag. 36*

Proprietà privata, Trieste

---



*pag. 39*

Marcello Dudovich

Proprietà privata, Trieste

---



*pag. 42*

**M. Dudovich**

manifesto, 1934

Collezione Salce (cod. 3931)

---



*pag. 36*

Proprietà privata, Trieste

---



*pag. 39*

**M. Dudovich**

manifesto, 1900

Collezione Salce (cod. 4002)

---



*pag. 43*

**M. Dudovich**

manifesto, 1934

Collezione Salce (cod. 4081)

---



*pag. 36*

Proprietà privata, Trieste

---



*pag. 40*

**M. Dudovich**

manifesto, 1908

Collezione Salce (cod. 4029)

---



*pag. 44*

**M. Dudovich**

manifesto, 1955

Collezione Salce (cod. 3943)

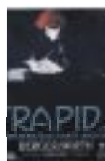
---



*pag. 37*

Proprietà privata, Trieste

---



*pag. 40*

**M. Dudovich**

manifesto, 1906

Collezione Salce (cod. 3991)

---



*pag. 44*

carteggio, 1933

Archivio Storico Generali

---



pag. 45  
Proprietà privata, Trieste



calendario, 1892  
Collezione Generali



pag. 54  
manifesto, 1900  
Collezione Generali



pag. 45  
**M. Dudovich**  
manifesto, 1928  
Collezione Generali  
Collezione Salce (cod. 4132)



pag. 51  
calendario, 1894  
Collezione Generali



pag. 54  
manifesto, 1914  
Collezione Generali



pag. 46  
**A. Orell**  
Antonio Dudovich  
olio su tela, 1907  
Museo del Risorgimento  
Civici Musei di Storia e Arte, Trieste



pag. 52  
**G. L. Sormani**  
manifesto, 1910 ca  
Collezione Generali  
Collezione Salce (cod. 10967)



pag. 55  
manifesto, 1923  
Collezione Generali



pag. 46  
Museo teatrale Carlo Schmid  
Civici Musei di Storia e Arte, Trieste



pag. 52  
**F. Chiurlotto**  
manifesto, 1911/12  
Collezione Generali  
Collezione Salce (cod. 10397)



pag. 55  
[it.wikipedia.org](http://it.wikipedia.org)



pag. 47  
**M. Dudovich**  
pastello su carta (autoritratto), 1895 ca  
Proprietà privata, Schio



pag. 53  
arazzo  
Collezione Generali



pag. 55  
**G. Gamba**  
copertina de *I pirati della Malesia*  
[emiliosalgari.it](http://emiliosalgari.it)



pag. 47  
Proprietà privata, Schio



pag. 53  
manifesto, 1913/15  
Collezione Generali



pag. 55  
Archivio e Centro Storico Fiat



pag. 47  
**M. Dudovich**  
Itala Dudovich Comas  
olio su tela, 1930 ca  
Proprietà Casati Cattani, Roma



pag. 53  
**P. Codognato**  
manifesto, 1920 ca  
Collezione Generali  
Collezione Salce (cod. 11894)



pag. 55  
da *L'Illustrazione Italiana*,  
Treves Milano



pag. 56

**P. Codognato**

manifesto, 1910/15  
Collezione Salce (cod. 11931)

---



pag. 59

locandina, 1910 ca  
Archivio Storico Pinacoteca  
Iconologia Toro

---



pag. 61

da *L'Illustrazione Italiana*,  
Treves Milano

---



pag. 56

**P. Codognato**

manifesto, 1924  
Collezione Salce (cod. 1162)

---



pag. 59

**A. Hohenstein**  
manifesto, 1900 ca  
Collezione Salce (cod. 13382)

---



pag. 61

**A. Beltrame**

da *La Domenica del Corriere*,  
24.12.1911  
Museo del Risorgimento e della  
Resistenza di Vicenza

---



pag. 56

**P. Codognato**

latta litografata, 1930 ca  
Proprietà privata, Trieste

---



pag. 59

calendario  
Collezione Salce (cod. 8941)

---



pag. 61

**F. T. Marinetti**

manoscritto autografo  
edt.tumblr.com

---



pag. 57

**P. Codognato**

manifesto, 1925 ca  
Collezione Salce (cod. 8382)

---



pag. 60

**L. Guerrini**

manifesto, 1901  
Collezione Generali  
Collezione Salce (cod. 1871)

---



pag. 62

**A. Petroni**

manifesto, 1912  
Archivio Storico Ina Assitalia

---



pag. 57

**P. Codognato**

manifesto, 1928 ca  
Collezione Salce (cod. 11859)

---



pag. 60

manifesto, 1905 ca  
Collezione Salce (cod. 352)

---

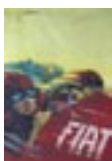


pag. 62

**P. Codognato**

manifesto, 1914  
Archivio Storico Ina Assitalia  
Collezione Salce (cod. 11934)

---



pag. 57

**P. Codognato**

manifesto, 1923  
Collezione Salce (cod. 11867)

---



pag. 60

manifesto, inizio Novecento  
Collezione Salce (cod. 351)

---



pag. 63

**L. Metlicovitz**

manifesto, 1914  
Archivio Storico Ina Assitalia  
Collezione Salce (cod. 2621)

---



pag. 59

locandina, 1894  
Archivio Storico Pinacoteca  
Iconologia Toro

---



pag. 61

Giovanni Giolitti  
www.giovanngiolitti.it

---



pag. 64

**L. Metlicovitz**

manifesto, 1899 ca  
Collezione Salce (cod. 2630)

---



*pag. 64*

**L. Metlicovitz**

manifesto, 1907

Collezione Salce (cod. 2693)



*pag. 64*

Leopoldo Metlicovitz

sapere.it



*pag. 64*

**L. Metlicovitz**

manifesto, 1919 ca

Collezione Salce (cod. 1071)

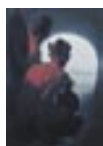


*pag. 65*

**L. Metlicovitz**

manifesto, 1905

Collezione Salce (cod. 20667)



*pag. 65*

**L. Metlicovitz**

manifesto, 1906

Collezione Salce (cod. 2655)



*pag. 65*

**L. Metlicovitz**

manifesto, 1914

Collezione Salce (cod. 2695)



*pag. 66*

olio su tela, 1910 ca

Collezione Generali



*pag. 67*

**L. Fontana**

calendario, 1903

Collezione Salce (cod. 1700)



*pag. 68*

calendario, 1905

Collezione Giovanni Colini, Roma



*pag. 68*

calendario, 1908

Collezione Generali



*pag. 68*

frontespizio di bilancio, 1900

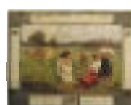
Collezione Generali



*pag. 69*

calendario, 1910

Collezione Generali



*pag. 69*

**L. Bacorigi**

calendario, 1913

Collezione Generali



*pag. 69*

calendario, 1914

Collezione Salce (cod. 7542)



*pag. 70*

**A. Beltrame**

calendario, 1916

Collezione Generali



*pag. 70*

**A. Beltrame**

calendario, 1917

Collezione Giovanni Colini, Roma



*pag. 70*

**A. Beltrame**

calendario, 1918

Collezione Giovanni Colini, Roma



*pag. 71*

**A. Beltrame**

calendario, 1920

Collezione Generali

Collezione Salce (cod. 7556)



*pag. 71*

**A. Beltrame**

olio su tela

Collezione Generali



*pag. 72*

ritratto di garibaldino, 1866 ca

[it.wikipedia.org](http://it.wikipedia.org)



*pag. 72*

[www.grandeguerra.ccm.it](http://www.grandeguerra.ccm.it)



*pag. 72*

Civici Musei di Storia e Arte, Trieste



*pag. 72*

[finn.it/regia](http://finn.it/regia)





pag. 73

**O. Ballerio**

calendario, 1921  
Collezione Salce (cod. 8406)



pag. 73

**O. Ballerio**

calendario, 1922  
Collezione Giovanni Colini, Roma



pag. 74

**V. Polli**

olio su tela  
Collezione Generali



pag. 74

**A. Beltrame**

calendario, 1923  
Collezione Salce (cod. 7555)



pag. 75

**A. Beltrame**

acquarello, 1923  
Collezione Generali



pag. 76

**A. Beltrame**

calendario, 1926  
Collezione Salce (cod. 7557)



pag. 77

**A. Beltrame**

calendario, 1927  
Collezione Salce (cod. 7558)



pag. 77

**A. Beltrame**

calendario, 1928  
Collezione Giovanni Colini, Roma



pag. 77

**A. Beltrame**

bozzetto per calendario, 1928  
Collezione Generali



pag. 78

**A. Beltrame**

olio su tela, 1929  
Collezione Generali



pag. 78

**A. Beltrame**

olio su tela, 1931  
Collezione Generali



pag. 79

**O. Ballerio**

manifesto, 1895 ca  
Collezione Salce (cod. 8398)



pag. 79

**O. Ballerio**

manifesto, 1912  
Collezione Salce (cod. 11979)



pag. 79

**O. Ballerio**

manifesto, 1908  
Collezione Salce (cod. 18211)



pag. 80

**A. Beltrame**

copertina de *La Domenica del Corriere*, 03.05.1931  
domicinadelcorriere.com



pag. 80

**A. Beltrame**

copertina de *La Domenica del Corriere*, 01.03.1931  
domicinadelcorriere.com



pag. 80

**A. Beltrame**

manifesto, 1902  
Collezione Salce (cod. 1148)



pag. 81

Achille Beltrame  
Proprietà privata



pag. 81

**A. Beltrame**

manifesto, 1900  
Collezione Salce (cod. 7611)



pag. 81

**A. Beltrame**

manifesto, 1900 ca  
arteliberty.it



pag. 83

manifesto, 1924/26

Collezione Generali  
Collezione Salce (cod. 11013)



*pag. 83*  
manifesto, 1924/26  
Collezione Generali



*pag. 85*  
manifesto, 1932  
Fondazione La Biennale di Venezia  
Archivio Storico delle Arti  
Contemporanee



*pag. 87*  
**M. Dudovich**  
calendario, 1937  
Collezione Generali



*pag. 83*  
**M. Dudovich**  
manifesto, 1926 ca  
(ristampa, seconda metà anni Trenta)  
Collezione Generali  
Collezione Salce (cod. 4115)



*pag. 85*  
Archivio famiglia Bottai  
da *L'economia italiana  
tra le due guerre*, Ipsoa



*pag. 88*  
**P. Sigon**  
calendario, 1931  
Collezione Modiano, Trieste



*pag. 84*  
**M. Dudovich**  
calendario, 1933  
Collezione Generali



*pag. 85*  
[www.albumdivenezia.it](http://www.albumdivenezia.it)



*pag. 88*  
**P. Sigon**  
calendario, 1931  
Collezione Generali



*pag. 84*  
**M. Dudovich**  
manifesto, 1928  
Collezione Generali  
Collezione Salce (cod. 4132)



*pag. 86*  
**M. Dudovich**  
manifesto, 1935  
Collezione Generali  
Collezione Salce (cod. 4131)



*pag. 88*  
**P. Sigon**  
calendario, 1931  
Collezione Generali



*pag. 84*  
**M. Dudovich**  
calendario, 1931  
Collezione Generali  
Collezione Salce (cod. 23703)



*pag. 86*  
**M. Dudovich**  
calendario, 1935  
Collezione Generali



*pag. 89*  
**P. Sigon**  
calendario, 1936  
Collezione Modiano, Trieste



*pag. 85*  
**M. Dudovich**  
manifesto, 1930 ca  
Collezione Generali  
Collezione Salce (cod. 4134)



*pag. 87*  
**M. Dudovich**  
manifesto, 1938  
Collezione Generali  
Collezione Salce (cod. 4089)



*pag. 89*  
**P. Sigon**  
calendario, 1937  
Collezione Modiano, Trieste



*pag. 85*  
Giuseppe Volpi di Misurata  
[it.wikipedia.org](http://it.wikipedia.org)



*pag. 87*  
**M. Dudovich**  
manifesto, 1937 ca  
Collezione Generali  
Collezione Salce (cod. 4088)



*pag. 89*  
**G. Supino**  
medaglie, 1931  
Collezione Generali



*pag. 90*

**P. Sigon**  
cartellone, 1935  
Collezione Generali  
Collezione Salce (cod. 11048)

---



*pag. 92*

**M. Dudovich**  
manifesto, 1899  
Collezione Salce (cod. 4011)

---



*pag. 95*

**U. Terzoli**  
manifesto, 1925 ca  
bibliotecamansutti.it

---



*pag. 90*

**P. Sigon**  
cartellone, 1935  
Collezione Generali  
Collezione Salce (cod. 11050)

---



*pag. 92*

**M. Dudovich**  
manifesto, 1907 ca  
Collezione Salce (cod. 4024)

---



*pag. 96*

**T. Corbella**  
manifesto, 1928  
Archivio Storico Ina Assitalia  
Collezione Salce (cod. 10762)

---



*pag. 90*

**P. Sigon**  
cartellone, 1935  
Collezione Generali  
Collezione Salce (cod. 11049)

---



*pag. 93*

**M. Dudovich**  
manifesto, 1922 ca  
Collezione Salce (cod. 18945)

---



*pag. 96*

**T. Corbella**  
calendario, 1929  
Archivio Storico Ina Assitalia  
Collezione Salce (cod. 10202)

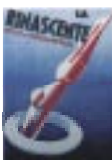
---



*pag. 91*

**P. Sigon**  
manifesto, 1925 ca  
Collezione Salce (cod. 538)

---



*pag. 93*

**M. Dudovich**  
manifesto, 1931  
Collezione Salce (cod. 3934)

---



*pag. 96*

**T. Corbella**  
calendario, 1930  
Archivio Storico Ina Assitalia  
Collezione Salce (cod. 10204)

---



*pag. 91*

**P. Sigon**  
bozzetto a tempera, 1925/30  
Collezione Modiano, Trieste

---



*pag. 93*

**M. Dudovich**  
manifesto, 1952 ca  
Collezione Salce (cod. 4061)

---



*pag. 97*

**G. Tanozzi**  
locandina, 1924/26  
Collezione Salce (cod. 8669)

---



*pag. 91*

**P. Sigon**  
cartolina, 1924  
Proprietà privata, Trieste

---



*pag. 93*

**M. Dudovich**  
manifesto, 1934  
Collezione Salce (cod. 4104)

---



*pag. 97*

**G. Tanozzi**  
locandina, 1924/26  
Collezione Salce (cod. 8668)

---



*pag. 92*

**M. Dudovich**  
tempera su tela (autoritratto), 1954 ca  
Archivio Marcello Dudovich, Milano

---



*pag. 95*

**T. Corbella**  
manifesto, 1924  
Archivio Storico Ina Assitalia  
Collezione Salce (cod. 10686)

---



*pag. 97*

**G. Tanozzi**  
locandina, 1924/26  
Collezione Salce (cod. 8670)

---



*pag. 97*

**G. Tanozzi**

locandina, 1924/26  
Collezione Salce (cod. 8671)



*pag. 100*

**Sepo (S. Pozzati)**

manifesto, 1936  
Collezione Salce (cod. 3722)



*pag. 103*

**F. Mosca**

calendario, 1935  
Archivio Storico Ina Assitalia  
Collezione Salce (cod. 8541)



*pag. 98*

**A. Busi**

manifesto, 1935  
Collezione Salce (cod. 12039)



*pag. 100*

**L. Dolfini**

manifesto, 1935  
Collezione Salce (cod. 18822)



*pag. 104*

**O. Ballerio**

manifesto, 1934 ca  
Archivio Storico Pinacoteca  
Iconologia Toro



*pag. 98*

**Capizzano Santamaria**

manifesto, 1932  
Collezione Salce (cod. 1352)



*pag. 100*

**A. Scorzon**

manifesto, 1934  
bibliotecamansutti.it



*pag. 104*

locandina, 1930  
bibliotecamansutti.it



*pag. 98*

**T. Corbella**

calendario, 1930  
Archivio Storico Ina Assitalia  
Collezione Salce (cod. 10177)



*pag. 101*

**W. Resentera**

locandina, 1938  
Collezione Salce (cod. 9505)



*pag. 104*

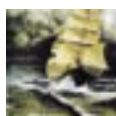
calendario, 1937 ca  
bibliotecamansutti.it



*pag. 99*

**M. Dudovich**

locandina, 1935 ca  
Archivio Storico Ina Assitalia



*pag. 101*

**G. Boccasile**

locandina, 1938  
Collezione Salce (cod. 3086)



*pag. 105*

**A. Busi**

manifesto, 1938  
Collezione Salce (cod. 12046)



*pag. 99*

**M. Dudovich**

locandina, 1935 ca  
Collezione Salce (cod. 7728)



*pag. 102*

**G. Boccasile**

calendario, 1938  
Archivio Storico Ina Assitalia



*pag. 105*

manifesto, anni Trenta  
Collezione Salce (cod. 1355)



*pag. 99*

**M. Dudovich**

opuscolo, 1934  
Archivio Storico Ina Assitalia



*pag. 103*

**G. Boccasile**

calendario, 1930  
Collezione Salce (cod. 3083)



*pag. 106*

Proprietà privata, Trieste



pag. 106  
**L. Martinati**  
manifesto, 1933  
Collezione Salce (cod. 20584)

---



pag. 108  
**Sepo (S. Pozzati)**  
manifesto, 1928  
Collezione Salce (cod. 3731)

---



pag. 111  
**G. Boccasile**  
calendario, 1936  
Collezione Generali  
Collezione Salce (cod. 3077)

---



pag. 106  
finn.it/regia

---



pag. 108  
**Sepo (S. Pozzati)**  
manifesto, 1928  
umacredeverde.blogspot.com

---



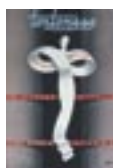
pag. 112  
vignette con didascalie  
di Orio Vergani, 1936  
Collezione Generali

---



pag. 106  
finn.it/regia

---



pag. 109  
**Sepo (S. Pozzati)**  
manifesto, 1934  
Collezione Salce (cod. 3704)

---



pag. 113  
**G. Boccasile**  
calendario, 1937  
Collezione Salce (cod. 3076)

---



pag. 106  
**G. Boccasile**  
calendario, 1938  
Archivio Storico Ina Assitalia  
Collezione Salce (cod. 3121)

---



pag. 109  
**Sepo (S. Pozzati)**  
manifesto, 1934  
Collezione Salce (cod. 3708)

---



pag. 113  
**G. Mossa**  
manifesto, 1939/40  
Collezione Salce (cod. 4848)

---



pag. 107  
**T. Corbella**  
manifesto, 1924  
Proprietà privata

---



pag. 109  
**Sepo (S. Pozzati)**  
manifesto, 1950  
Collezione Salce (cod. 3710)

---



pag. 114  
**M. Gros**  
manifesto, 1932 ca  
Collezione Salce (cod. 3278)

---



pag. 107  
**T. Corbella**  
locandina, 1929  
Collezione Salce (cod. 10190)

---



pag. 111  
**O. Ballerio**  
manifesto, 1935  
Collezione Generali  
Collezione Salce (cod. 11986)

---



pag. 114  
digilander.libero.it/trombealvento/  
vari/grano.htm

---



pag. 107  
**T. Corbella**  
manifesto, 1925 ca  
Proprietà privata

---



pag. 111  
**G. Boccasile**  
manifesto, 1936  
Collezione Generali  
Collezione Salce (cod. 3139)

---



pag. 114  
comune.latina.it

---



pag. 114  
paolocason.it



pag. 118  
**G. Boccasile**  
locandina, 1950  
Collezione Salce (cod. 3168)



pag. 121  
**A. Ballester**  
manifesto, 1940  
Collezione Salce (cod. 12982)



pag. 115  
**G. Boccasile**  
calendario, 1938  
Collezione Generali  
Collezione Salce (cod. 3075)



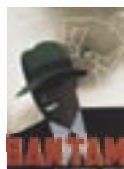
pag. 118  
Gino Boccasile  
galleria.thule-italia.com



pag. 122  
**D. Fontana**  
manifesto, 1940 ca  
Fondazione Bertarelli (cod. A598)



pag. 116  
**A. Raimondi**  
manifesto, 1939  
Collezione Generali  
Collezione Salce (cod. 5848)



pag. 118  
**G. Boccasile**  
manifesto, 1934  
Collezione Salce (cod. 3058)



pag. 122  
**A. Bianchi**  
calendario, 1940  
Collezione Salce (cod. 8465)



pag. 117  
**A. Raimondi**  
manifesto, 1930  
Collezione Salce (cod. 5844)



pag. 119  
**G. Boccasile**  
copertina de *Le Grandi Firme*, 1938  
lankelot.eu



pag. 122  
**Studio Ima**  
manifesto, 1940  
Collezione Salce (cod. 6520)



pag. 117  
**A. Raimondi**  
manifesto, 1934  
Collezione Salce (cod. 5005)



pag. 119  
**G. Boccasile**  
manifesto, 1944  
Collezione Salce (cod. 13084)



pag. 123  
**G. Prada**  
calendario, 1941  
Collezione Generali



pag. 117  
**A. Raimondi**  
manifesto, 1930  
Collezione Salce (cod. 5843)



pag. 119  
**G. Boccasile**  
manifesto, 1952  
Collezione Salce (cod. 3213)



pag. 124  
Valentino e Sandro Mazzola  
Per gentile concessione dell'Archivio  
Storico della Città di Torino



pag. 118  
**G. Boccasile**  
manifesto, 1950  
Collezione Salce (cod. 3165)



pag. 121  
**G. Boccasile**  
manifesto, 1939  
Collezione Salce (cod. 3192)



pag. 124  
Zeno Colò  
markrage.it



*pag. 124*  
**Edoardo Mangiarotti**  
[it.wikipedia.org](http://it.wikipedia.org)



*pag. 127*  
**V. Mancioi**  
manifesto, 1949/50  
Archivio Storico Fata  
Collezione Salce (cod. 12534)



*pag. 130*  
locandina, anni Cinquanta  
Archivio Storico Ina Assitalia



*pag. 124*  
**Fausto Coppi e Gino Bartali**  
[gazzaspace.gazzetta.it](http://gazzaspace.gazzetta.it)



*pag. 127*  
manifesto, 1955 ca  
Archivio Storico Fata  
Collezione Salce (cod. 4847)



*pag. 131*  
**M. Puppo**  
manifesto, 1938  
Collezione Salce (cod. 5016)



*pag. 124*  
**G. Rosa Salva**  
manifesto, 1940  
Collezione Generali  
Collezione Salce (cod. 13306)



*pag. 128*  
targhe in ceramica policroma  
Archivio Storico Ina Assitalia



*pag. 131*  
**M. Puppo**  
manifesto, 1948  
Collezione Salce (cod. 4426)



*pag. 125*  
**G. Rosa Salva**  
manifesto, 1941  
Collezione Generali



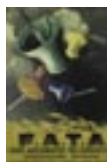
*pag. 128*  
**A. Mercuri**  
manifesto, 1952  
Collezione Salce (cod. 4840)



*pag. 131*  
**M. Puppo**  
manifesto, 1954  
[coolmag.it](http://coolmag.it)



*pag. 125*  
manifesto, 1953  
Collezione Generali



*pag. 129*  
**A. Busi**  
manifesto, 1955 ca  
Archivio Storico Fata  
Collezione Salce (cod. 9836)



*pag. 132*  
**A. Ballester**  
manifesto, 1935  
Proprietà privata



*pag. 126*  
**M. Puppo**  
manifesto, 1947 ca  
Archivio Storico Pinacoteca  
Iconologia Toro



*pag. 129*  
**A. Busi**  
manifesto, 1959  
Archivio Storico Fata  
Collezione Salce (cod. 12062)



*pag. 132*  
**A. Ballester**  
manifesto, 1950  
[comanducci.it](http://comanducci.it)



*pag. 126*  
manifesto, anni Cinquanta  
Archivio Storico Fata



*pag. 130*  
**D. Manno**  
locandina, anni Cinquanta  
Archivio Storico Ina Assitalia



*pag. 132*  
**A. Ballester**  
manifesto, 1945  
[cinemadelsilenzio.it](http://cinemadelsilenzio.it)



pag. 133

**A. Ballester**

manifesto, 1951

Collezione Salce (cod. 10675)



pag. 136

**O. Ballerio**

cartolina, 1925 ca

Archivio Storico Ina Assitalia



pag. 139

agenda, 1931

Archivio Storico Ina Assitalia



pag. 133

**A. Ballester**

manifesto, 1954

cinemadelsilenzio.it



pag. 136

carte assorbenti, 1915/20

Archivio Storico Generali



pag. 139

opuscolo, 1931

Archivio Storico Generali



pag. 135

blocco per annotazioni, 1915 ca

Archivio Storico Generali



pag. 137

**A. Orell**

cartolina, 1911

Proprietà privata, Trieste



pag. 139

**Capizzano Santamaria**

cartolina, 1934

Archivio Storico Ina Assitalia



pag. 135

buoni sconto, 1911

Archivio Storico Generali



pag. 137

**F. Th. Würigel**

cartolina, 1927 ca

Proprietà privata, Trieste



pag. 140

cartolina, anni Trenta

Archivio Storico Pinacoteca

Iconologia Toro



pag. 135

agenda, 1897

Archivio Storico Generali



pag. 137

**M. Gros**

cartolina, 1934

Proprietà privata, Trieste



pag. 140

**O. Ballerio**

cartolina, anni Trenta

Archivio Storico Pinacoteca

Iconologia Toro



pag. 135

cartolina, 1923

Collezione Augusto Traina,

Viareggio



pag. 137

**G. Boccasile**

cartolina, 1950

Proprietà privata, Trieste



pag. 140

cartolina, anni Trenta

Archivio Storico Pinacoteca

Iconologia Toro



pag. 136

chiudilettera, anni Venti/Trenta

Archivio Storico Generali



pag. 138

calendarietti, anni Dieci/Venti

Archivio Storico Generali



pag. 140

cartolina, anni Trenta

Archivio Storico Pinacoteca

Iconologia Toro





*pag. 141*  
cartolina, anni Trenta  
Archivio Storico Pinacoteca  
Iconologia Toro



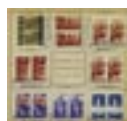
*pag. 144*  
confezione omaggio, anni Trenta  
Archivio Storico Ina Assitalia



*pag. 146*  
opuscolo, anni Trenta/Quaranta  
Archivio Storico Ina Assitalia



*pag. 141*  
cartolina, anni Trenta  
Archivio Storico Pinacoteca  
Iconologia Toro



*pag. 144*  
interno di polizza, 1939/40  
Archivio Storico Ina Assitalia



*pag. 147*  
**A. Busi**  
cartolina, 1940 ca  
Archivio Storico Ina Assitalia



*pag. 142*  
agendina, 1936  
Archivio Storico Generali



*pag. 144*  
**G. Boccasile**  
cartolina, anni Trenta  
Archivio Storico Ina Assitalia



*pag. 147*  
opuscolo, anni Trenta/Quaranta  
Archivio Storico Ina Assitalia



*pag. 142*  
opuscolo, 1934  
Archivio Storico Generali



*pag. 145*  
**A. Bianchi**  
cartolina, 1945  
Collezione Augusto Traina, Viareggio



*pag. 147*  
almanacco, 1956  
Archivio Storico Ina Assitalia



*pag. 143*  
**M. Dudovich**  
opuscolo, 1936  
Archivio Storico Ina Assitalia



*pag. 145*  
**A. Busi**  
cartolina, 1940 ca  
Archivio Storico Ina Assitalia



*pag. 148*  
gioco da tavolo,  
anni Cinquanta/Sessanta  
Archivio Storico Ina Assitalia



*pag. 143*  
**G. Boccasile**  
opuscolo, anni Trenta  
Archivio Storico Ina Assitalia



*pag. 145*  
annuario, 1961  
Archivio Bruna Grion



*pag. 148*  
giornalino, 1949/50  
Archivio Storico Ina Assitalia



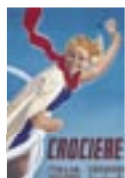
*pag. 143*  
calendarietto, 1938  
Archivio Storico Ina Assitalia



*pag. 146*  
**A. Busi**  
cartolina, 1940 ca  
Archivio Storico Ina Assitalia



*pag. 148*  
**A. Busi**  
vignetta, 1949/50  
Archivio Storico Ina Assitalia



*pag. 149*  
**A. Bianchi**  
 manifesto, 1935  
 Collezione Salce (cod. 11569)



*pag. 151*  
**A. Busi**  
 manifesto, 1928  
 Collezione Salce (cod. 12059)



*pag. 154*  
 foglio pubblicitario, 1887  
 Archivio Vitalicio Seguros



*pag. 149*  
**A. Bianchi**  
 manifesto, 1933  
 Collezione Salce (cod. 11570)



*pag. 151*  
**A. Busi**  
 manifesto, 1935 ca  
 Collezione Salce (cod. 12052)



*pag. 155*  
 opuscolo, 1925  
 Archivio Vitalicio Seguros



*pag. 149*  
**A. Bianchi**  
 calendario, 1940  
 Proprietà privata, Trieste



*pag. 152*  
 bollettino aziendale, anni Trenta  
 Archivio Storico Generali



*pag. 155*  
 opuscolo, 1925  
 Archivio Vitalicio Seguros



*pag. 150*  
**A. Busi**  
 manifesto, 1929  
 Collezione Salce (cod. 12060)



*pag. 153*  
**P. Verdussen**  
 manifesto, 1897  
 Collezione Generali



*pag. 155*  
 calendario, 1943  
 Archivio Vitalicio Seguros



*pag. 150*  
 Adolfo Busi  
 Proprietà privata



*pag. 153*  
 locandina, 1925 ca  
 bibliotecamansutti.it



*pag. 155*  
 foglietto pubblicitario, anni Quaranta  
 Archivio Vitalicio Seguros



*pag. 151*  
**A. Busi**  
 manifesto, 1936  
 Collezione Salce (cod. 12045)



*pag. 154*  
**L. Escolà**  
 manifesto, 1934  
 Archivio Vitalicio Seguros



*pag. 156*  
 cartolina, 1932  
 Archivio Generali France



*pag. 151*  
**A. Busi**  
 manifesto, 1929 ca  
 Collezione Salce (cod. 12034)



*pag. 154*  
 pubblicità cinematografica, 1934  
 Archivio Vitalicio Seguros



*pag. 156*  
 locandina, 1911  
 bibliotecamansutti.it



*pag. 157*  
foglietto pubblicitario, anni Quaranta  
Archivio Generali France

---



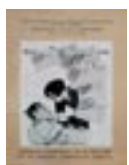
*pag. 158*  
**J. Ricy**  
locandina, 1930 ca  
Collezione Generali

---



*pag. 162*  
**C. Manciola**  
manifesto, 1941  
Proprietà privata

---



*pag. 157*  
foglietto pubblicitario, anni Quaranta  
Archivio Generali France

---



*pag. 158*  
locandina, anni Trenta  
bibliotecamansutti.it

---



*pag. 162*  
**F. Mosca**  
manifesto, 1954  
Collezione Salce (cod. 12545)

---



*pag. 157*  
commons.wikimedia.org

---



*pag. 159*  
manifesto, 1930 ca  
bibliotecamansutti.it

---



*pag. 163*  
**W. Resentera**  
manifesto, 1934  
Proprietà privata

---



*pag. 157*  
commons.wikimedia.org

---



*pag. 160*  
**Nemes**  
manifesto, 1925 ca  
Collezione Generali

---



*pag. 163*  
**G. L. Sormani**  
manifesto, 1910  
Collezione Salce (cod. 10694)

---



*pag. 157*  
commons.wikimedia.org

---



*pag. 161*  
**A. Quaiatti**  
opuscolo (part.), 1951  
Collezione Generali

---



*pag. 164*  
**M. Biassoni**  
vignetta, 1995  
Archivio Storico Pinacoteca  
Iconologia Toro

---



*pag. 157*  
commons.wikimedia.org

---



*pag. 161*  
**A. Quaiatti**  
opuscolo (part.), 1932  
Collezione Generali

---



*pag. 164*  
**M. Manara**  
tavola fumetto, 1990  
Collezione Alleanza

---



*pag. 158*  
locandina, 1910 ca  
bibliotecamansutti.it

---



*pag. 161*  
planisfero  
da *Il Bollettino*, rivista  
del Gruppo Generali

---



*pag. 165*  
**M. Manara**  
tavola fumetto. 1990  
Collezione Alleanza

---

pag. 165



**M. Manara**

tavola fumetto, 1990  
Collezione Alleanza

pag. 167



**M. Manara**

tavola fumetto, 1990  
Collezione Alleanza

pag. 168



**M. Biassoni**

vignetta, 1990  
Archivio Storico Pinacoteca  
Iconologia Toro

pag. 166



**Galep (A. Galleppini)**

copertina da *Tex*  
G. Bonelli – A. Galleppini, 1987  
© 2010 Sergio Bonelli Editore

pag. 167



**M. Manara**

tavola fumetto, 1990  
Collezione Alleanza

pag. 169



**M. Biassoni**

vignetta, 1990  
Archivio Storico Pinacoteca  
Iconologia Toro

pag. 166



**R. Scarpa**

vignetta, 1959  
© Disney  
Per gentile concessione di  
The Walt Disney Italia S.r.l.

pag. 168



**M. Biassoni**

vignetta, 1990  
Archivio Storico Pinacoteca  
Iconologia Toro

pag. 169



**M. Biassoni**

vignetta, 1990  
Archivio Storico Pinacoteca  
Iconologia Toro

pag. 166



**Bonvi (F. Bonvicini)**

vignetta, 1983  
© 2010 Bonvi/Chiaroscuro

pag. 168



**M. Biassoni**

opuscolo, 1990  
Archivio Storico Pinacoteca  
Iconologia Toro

pag. 169



**M. Biassoni**

vignetta, 1990  
Archivio Storico Pinacoteca  
Iconologia Toro

pag. 166



**G. Alessandrini**

copertina da *Martin Mystère*  
A. Castelli – G. Alessandrini, 2006  
© 2010 Sergio Bonelli Editore

pag. 168



**M. Biassoni**

vignetta, 1990  
Archivio Storico Pinacoteca  
Iconologia Toro

pag. 169



**G. Forattini**

logo adesivo, 1985  
Archivio Storico Generali

pag. 167



**M. Manara**

tavola fumetto, 1990  
Collezione Alleanza

pag. 168



**M. Biassoni**

vignetta, 1990  
Archivio Storico Pinacoteca  
Iconologia Toro

pag. 170



**O. Valenti**

vignetta, 1960  
da *Il Bollettino*, rivista  
del Gruppo Generali

pag. 170



**O. Valenti**  
vignetta, 1960  
da *Il Bollettino*, rivista  
del Gruppo Generali



pag. 172  
Ph. Alberto Roveri, 1996  
Archivio Luca Novelli



pag. 173  
**C. Squillante**  
Marco Biassoni  
ritratto caricato  
© Carlo Squillante

pag. 170



**O. Valenti**  
vignetta, 1960  
da *Il Bollettino*, rivista  
del Gruppo Generali



pag. 172  
Marco Biassoni  
© Paola e Nicoletta Biassoni



pag. 173  
**M. Biassoni**  
disegno  
© Paola e Nicoletta Biassoni

pag. 170



**O. Valenti**  
vignetta, 1960  
da *Il Bollettino*, rivista  
del Gruppo Generali



pag. 172  
**M. Biassoni**  
disegno  
© Paola e Nicoletta Biassoni



pag. 173  
**M. Biassoni**  
disegno  
© Paola e Nicoletta Biassoni

pag. 170



**M. Biassoni**  
vignetta, 1995  
Archivio Storico Pinacoteca  
Iconologia Toro



pag. 172  
**M. Biassoni**  
disegno  
© Paola e Nicoletta Biassoni



pag. 173  
**M. Biassoni**  
disegno  
© Paola e Nicoletta Biassoni

pag. 171



**M. Biassoni**  
opuscolo, 1995  
Archivio Storico Pinacoteca  
Iconologia Toro



pag. 173  
**M. Biassoni**  
vignetta  
© Paola e Nicoletta Biassoni



pag. 174  
**M. Manara**  
acquarello  
© Milo Manara



pag. 174  
Milo Manara  
© Milo Manara

pag. 171



**M. Biassoni**  
vignetta, 1995  
Archivio Storico Pinacoteca  
Iconologia Toro



pag. 173  
**M. Biassoni**  
disegno (autocaricatura)  
© Paola e Nicoletta Biassoni



pag. 175  
**M. Manara**  
disegno a china  
© Milo Manara



*pag. 175*

**M. Manara**

collage

© Milo Manara

---



*pag. 177*

**C. Squillante**

vignetta, 2010

© Carlo Squillante

---



*pag. 175*

**M. Manara**

fumetto

© Milo Manara

---



*pag. 177*

**C. Squillante**

autoritratto caricato

© Carlo Squillante

---



*pag. 175*

**C. Squillante**

Milo Manara

ritratto caricato

© Carlo Squillante

---



*pag. 177*

logo, 1997

© Carlo Squillante

---

*pag. 176*

**A. Castelli - Silver (G. Silvestri)**

vignetta, 2010

*Lupo Alberto* © Silver

*Martin Mystère* © Bonelli

---



*pag. 176*

**C. Squillante**

Alfredo Castelli

ritratto caricato

© Carlo Squillante

---



*pag. 176*

**C. Squillante**

Silver (Guido Silvestri)

ritratto caricato

© Carlo Squillante

---

# Bibliografia

LIBRI



**Achille Beltrame.**  
**La sapienza del comunicare: illustrare con la pittura**  
a cura di Franco Barbieri e Annalisa Cera  
Electa, 1996



**Effimera & bella.**  
**Storia della pubblicità italiana**  
Gian Luigi Falabrino  
Silvana Editoriale, 2001



**L'economia italiana tra le due guerre**  
autori vari  
Ipsosa, 1984



**Alleanza Assicurazioni.**  
**Cento anni di storia**  
Tommaso Fanfani  
Il Saggiatore, 1988



**Il tempo del Leone.**  
**Il lungo viaggio delle Generali dal 1831 al terzo millennio**  
autori vari  
Assicurazioni Generali,  
2007



**Le Targhe Incendio in Italia**  
Vito Platania  
Tassinari, 1997



**Catalogo Bolaffi del manifesto italiano.**  
**Dizionario degli illustratori**  
Giulio Bolaffi Editore,  
1995



**I Manifesti Mele**  
a cura di Mariantonietta Picone Petrusa  
Arnoldo Mondadori  
Editore - De Luca  
Edizioni d'Arte, 1988



**La Toro Assicurazioni.**  
**Dal Regno di Sardegna alle soglie del Duemila**  
Giancarlo Jocteau e  
Roberto Weigmann  
Utet, 2000



**Dudovich & C.**  
**I triestini nel cartellonismo italiano**  
a cura di Roberto Curci e Vanja Strukelj  
Editoriale Libreria, 1977



**Ina. Arte del Manifesto**  
autori vari  
Editoriale Generali,  
2002



**Marcello Dudovich.**  
**L'arte del manifesto**  
a cura di Roberto Curci  
Charta, 2002



**Generali: tradizione di immagine**  
autori vari  
Assicurazioni Generali,  
1993



**La cultura.**  
**Scrittura e arte per la Compagnia**  
autori vari  
Circolo Aziendale  
Generali, 2009



**Signor Salce**  
Toni Basso e Andrea Cason  
Celio libri, 1997

## SITI



### Archivio Marcello Dudovich

Sito web dedicato all'artista, corredato da un'ampia galleria virtuale di opere e documenti  
[www.marcellodudovich.it](http://www.marcellodudovich.it)  
[info@marcellodudovich.it](mailto:info@marcellodudovich.it)

---



*Arte Liberty in Italia*

### Arte Liberty in Italia

Biografie e opere dei principali artisti italiani dell'epoca liberty, tra cui molti grafici pubblicitari e cartellonisti  
[www.artelibrary.it](http://www.artelibrary.it)  
[massimomatteoni@artelibrary.it](mailto:massimomatteoni@artelibrary.it)

---



### Caricature

Galleria di "ritrattini caricati" di umoristi e personaggi di varia umanità manufatti da Squillante per l'Associazione Nazionale Umoristi, virtuale e virtuosa  
[xoomer.virgilio.it/squillante/caricature/semplificissimoblu.htm](http://xoomer.virgilio.it/squillante/caricature/semplificissimoblu.htm)  
[umoristi@virgilio.it](mailto:umoristi@virgilio.it)

---



### Civica Raccolta delle Stampe "Achille Bertarelli"

Situata presso il Castello Sforzesco, conserva un patrimonio di un milione di stampe  
[www.milanocastello.it](http://www.milanocastello.it)  
[c.craibertarelli@comune.milano.it](mailto:c.craibertarelli@comune.milano.it)

---



### Fondazione Franco Fossati

Centro studi e documentazione internazionale sul fumetto, la comunicazione e l'immagine  
[www.museodelfumetto.it](http://www.museodelfumetto.it)  
[fondazione@francofossati.eu](mailto:fondazione@francofossati.eu)

---



### Fondazione Mansutti

Documenti di storia delle assicurazioni, tra cui anche circa 300 manifesti  
[www.bibliotecamansutti.it](http://www.bibliotecamansutti.it)  
[biblioteca@mansutti.it](mailto:biblioteca@mansutti.it)

---



### Gino Boccasile

Una rassegna dei suoi lavori visibile sul sito della Galleria Arte Thule, che propone opere, biografie e bibliografie di artisti proscritti o dimenticati  
[www.galleria.thule-italia.com/ginoboccasile.html](http://www.galleria.thule-italia.com/ginoboccasile.html)  
[harmwulf2003@libero.it](mailto:harmwulf2003@libero.it)

---



# Ringraziamenti

*Ringraziamo tutti coloro che hanno contribuito a questo volume e in particolare:*

*Alleanza Toro - Archivio Storico: Sergio Bianco, Graziella Pagliano  
Alleanza Toro - Direzione Marketing: Domenico Cordi, Tiziana Varone  
Assicurazioni Generali - Archivio Storico: Aldo Castellani  
Assicurazioni Generali - Biblioteca Centrale: Ornella Bonetta, Fiorenza Brambati  
Assicurazioni Generali - Servizio Operazioni Assicurative di Gruppo: Sissy Sequenzia  
Fata - Archivio Storico: Alessia Linda Riccobono  
Ina Assitalia - Archivio Storico: Antonio Ratti*

*Generali España: Ana Rosa Andrés Calvo  
Generali France: Claire Brossard, Nathalie Vilain*

*I fotografi: Luigi Baldin, Massimo Goina, Aldo Sperber, Claudio Tommasini*

*Patrizia Albè, Paola e Nicoletta Biassoni, Luigi Bona (Fondazione Franco Fossati),  
Ornella Castellini (Sergio Bonelli Editore), Giovanni Colini, Claudio Crechici  
(Modiano, Trieste), Corinne D'Angelo, Gemma De Angelis Testa, Antonio De Rose  
(Il Corriere del Mezzogiorno, Napoli), Claudia Di Battista (Fondazione Mansutti),  
Bruna Esposito (Civici Musei, Trieste), Gianfranco Franchi (Lankelot), Antonio Lora,  
Simona Manara, Finn Stefano Masciovecchio, Massimo Matteoni (Arte Liberty),  
Sara Mattioli, Luca Novelli, Giovanna Quattro (Disney Publishing Worldwide),  
Alberta Simonis (Fiat Group), Gianmario Tomatis (Archivio Marcello Dudovich),  
Alessandro Torregrossa (Chiaroscuro), Augusto Traina, Eleonora Vaccari  
(Raccolta Bertarelli), Harm Wulf (Galleria Thule)*

*Una citazione doverosa per Luca Majoli (Soprintendenza Bsaе, Venezia)  
e Carla Brunello (Raccolta Salce, Treviso), grazie ai quali quest'opera  
può considerarsi anche un piccolo catalogo della "Raccolta di manifesti Salce"*

*Un ringraziamento speciale, infine, per le vignette realizzate apposta per il libro  
ad Alfredo Castelli, Silver e Carlo Squillante; a quest'ultimo anche per i simpatici  
"ritrattini caricati" dei redattori, che riproduciamo qui sotto*



**Elisabetta Delfabro**



**Annamaria Miot**



**Roberto Rosasco**



Editore



**GENERALI**  
Assicurazioni Generali S.p.A.

Coordinamento editoriale



A cura di

Elisabetta Delfabro, Pietro Egidi, Annamaria Miot, Roberto Rosasco

Editing

Raffaella Zanola

Grafica e impaginazione

Work in Progress, Trieste

Stampa

Sa.Ge.Print, Pordenone

Aprile 2010

Questa pubblicazione non è in vendita

Copie possono essere richieste a:

Rossana Flegar, tel. 040-671103 (ore 9-13),  
e-mail [rossana\\_flegar@generali.com](mailto:rossana_flegar@generali.com)

Annamaria Miot, tel. 040-671623 (ore 9-18),  
e-mail [annamaria\\_miot@generali.com](mailto:annamaria_miot@generali.com)

“La massima originalità, la massima sintesi,  
il massimo dinamismo, la massima simultaneità  
e la massima portata mondiale. Ecco che cos'è la pubblicità”

*Filippo Tommaso Marinetti*

“La pubblicità è la più grande  
forma d'arte del ventesimo secolo”

*Marshall McLuhan*