
Raccontare, esporre, vendere: le mostre *India* e *Indios* a La Rinascente a Milano (1959-1964)

ALESSANDRO FERRARO

TRA STORYTELLING E STORYSELLING

Dalla seconda metà degli anni Cinquanta fino ai primi Sessanta la sede milanese della Rinascente, «il grande magazzino più d'avanguardia d'Europa»,¹ ha ospitato numerose mostre dedicate alle culture nazionali estere, con una particolare predilezione per i contesti extra-europei: in pochi anni si sono susseguiti eventi espositivi che hanno messo in mostra manufatti, opere d'arte e oggetti tradizionali provenienti dalla Spagna (1955), Giappone (1956), Gran Bretagna (1957), Stati Uniti (1958), India (1959), Thailandia (1959), Messico (1960), Brasile, Perù (1964).

Appuntamenti centrali della rassegna *Grandi Manifestazioni*, tali mostre hanno rappresentato uno dei momenti più felici e significativi, in termini di sperimentazione sull'exhibition design e di strategie per la presentazione di prodotti culturali "altri", del gruppo di allestitori, architetti, designer che gravitava attorno all'azienda presieduta da Aldo Borletti e diretta da Cesare e Giorgio Brustio: Attilia Faggian, Amneris Latis, Gian Carlo Ortelli, Carlo Pagani e Roberto Sambonet.

A vario titolo e secondo sensibilità differenti, essi hanno saputo allestire mostre in grado di coniugare i due aspetti principali che connotavano la *mission* delle *Grandi Manifestazioni* della Rinascente di quegli anni: da un lato rendere edotto il proprio pubblico della produzione culturale materiale e immateriale di specifici paesi, dall'altro sondare i desideri del ceto medio italiano che, proprio in quegli anni, cominciava

a volgere metaforicamente lo sguardo al di fuori dei confini italiani, a «organizzare crociere su tutta la sfera terrestre, a sviluppare l'abitudine del camping oltre frontiera, a istituire organizzazioni internazionali estive come il Club Méditerranée». ² In altri termini, le mostre ricordate sono riuscite a rendere attrattivo, efficace e persuasivo un certo tipo di folklore esotico attraverso la legge della domanda e dell'offerta evidenziando «da una parte la necessità di oggetti che certificassero [...] il contatto con un'alterità genuina, dall'altra l'offerta di manufatti che offrirono una sintesi delle qualità naturali e culturali del territorio». ³

Che la Rinascente, e in particolare l'ambiente lavorativo della sede milanese, fosse internazionalmente noto è cosa piuttosto risaputa; abbondano, in questo senso, recensioni e articoli che attestano le qualità delle proposte della Rinascente, in particolare per l'attenzione alla presentazione del prodotto, le soluzioni allestitivo e grafiche, o le originalissime strategie di persuasione all'acquisto. ⁴ Decisamente illuminanti le parole dell'architetto Carlo Pagani, autore di numerosissimi allestimenti della Rinascente — «la vendita inizia dalla strada!» —, un motto, questo, che ricalca pedissequamente le teorie espositive più in voga in quegli anni, nonché testimonianza implicita della modernità d'approccio nell'*exhibition making* della Rinascente. ⁵

Tra i vari appuntamenti di *Grandi Manifestazioni*, mostre come *India* (1959) e *Indios* (1964) permettono di comprendere non soltanto le politiche aziendali della Rinascente — intendendo quelle due mostre come emblematiche per capire le strategie della messa in mostra dell'alterità —, ma soprattutto quel desiderio collettivo di spensierata evasione tanto caratterizzante la società italiana a ridosso del boom economico — un periodo, questo, non esente da notevoli contraddizioni storiche e sociali. ⁶ Inoltre, organizzare mostre dedicate a nazioni estere implicava che gli allestitori si recassero di persona in tali paesi sia per poter prendere accordi con le rispettive diplomazie sia per comprendere cosa potesse “funzionare” al meglio in termini di vendite per il pubblico milanese — un aspetto logistico non certo di poca rilevanza.

L'intento di questo breve articolo consiste nel far luce sulle due menzionate mostre, *India* e *Indios*, articolate al loro interno in due “sotto-mostre” (rispettivamente *Thai*, 1959, e *Indios Moda*, 1964), al fine di comprenderne le specificità allestitivo, analizzare le strategie retoriche e persuasive dietro la presentazione di prodotti e oggetti culturali “altri” — talvolta presentati alla stregua di meri *souvenir* — e, in ultima istanza, apprezzare a pieno la loro importanza storica. Sebbene esistano infatti numerosi contributi scientifici dedicati alla storia espositiva della Rinascente, scarseggiano le fonti primarie su alcune delle manifestazioni sopra menzionate — aspetto, questo, che ha complicato non poco il compito di chi scrive. ⁷ Per tale ragione durante la ricerca ci si è affidati a vari archivi e centri di ricerca che posseggono e preservano materiali di difficile reperibilità e, soprattutto, di complessa ascrivibilità a individualità chiaramente identificabili tra il gruppo di allestitori della sede milanese della Rinascente. ⁸

«LE SIGNORE MILANESI POSSONO ORA GIOCARRE ALLE INDIANE»: INDIA. MOSTRA DEL PRODOTTO INDIANO: TRADIZIONE, ATTUALITÀ, MODA, COLORE E THAI (MAGGIO 1959)

L'immaginario del ceto medio-alto italiano relativo all'India — più in generale al subcontinente indiano — è stato profondamente influenzato da due documentari di Roberto Rossellini usciti alla fine degli anni Cinquanta: *India: Matri Bhumi* (1958-1959) e il documentario a episodi RAI *L'India vista da Rossellini* (1959), entrambi riuscitissimi prodotti didattico-cinematografici che hanno segnato «un nuovo modo di pensare l'immagine televisiva in relazione all'ideologia dello spettacolo e all'informazione».⁹ Se il primo ha un tono maggiormente autoriale, il secondo, destinato al grande pubblico e realizzato con il giornalista Marco Cesarini Sforza, si struttura in dieci episodi incentrati su vari aspetti della cultura indiana, dal lavoro, alla religione, alla società, fino ad analisi di figure politiche di rilievo come il «Pandit Nehru», profondamente ammirato da Rossellini stesso, primo ministro dell'India dal 1947 al 1964 nonché fautore della politica del “non allineamento” durante la Guerra Fredda.

Difficile dire se la scelta di organizzare un'intera mostra alla Rinascente a tema indiano solo pochi mesi dopo la messa in onda a reti unificate de *L'India vista da Rossellini* sia stata una diretta conseguenza di tale interesse da parte del pubblico verso l'immaginario indiano. Ma se la missione del regista sposava l'urgenza del nuovo *cinéma vérité* — il primo episodio del documentario RAI di Rossellini si intitolava significativamente “India senza miti” —, l'impianto espositivo della mostra *India* era fortemente debitore a quell'approccio allestitivo da «mercanti di stupore»,¹⁰ per citare l'antropologo Clifford Geertz: un fine culturale-antropologico coniugato a uno commerciale.

Per questa Mostra centinaia di prodotti sono stati raccolti e selezionati perché la visione del mondo indiano riuscisse la più completa possibile, e tangibili le differenze fra popolo e popolo, ed evidente la posizione delle loro culture nella grande tradizione comune. La Rinascente si augura che questo segno di sensibilità artistica abbia presso il suo pubblico un simbolico valore di rapporto umano, grata al lontano artigiano anonimo che con l'umile rigore della sua opera hanno permesso la diffusione di prodotti di un così alto livello culturale.¹¹

Curata da Roberto Sambonet e allestita da Attilia Faggian e Gian Carlo Ortelli la mostra ha inaugurato il 3 maggio 1959, in presenza di alcune personalità di spicco indiane, del sottosegretario al commercio estero Giovanni Spagnoli e di Aldo Borletti [fig. 1]. In virtù del particolare clima politico inaugurato con l'insediamento di Nehru come primo ministro indiano, il tributo espositivo della Rinascente rispetto all'India è motivato anche da ragioni diplomatiche:



1.
Veduta della mostra *India*,
Archivio Amneris Latis, Courtesy
Rinascente Archives.

La curiosità e l'interesse in Europa e nel mondo per l'argomento 'India' sono forse una risposta all'aspirazione verso il progresso e all'impeto vitale del popolo indiano a poco più di un decennio dalla raggiunta indipendenza [...] nell'attuale contingenza politica tutto il mondo guarda alla Nazione Indiana come ad un elemento equilibratore.¹²

Durante la serata di apertura l'ambasciatore indiano a Roma Khub Chand, in visita assieme alla moglie alla mostra,¹³ è stato invitato a vedere altre esposizioni milanesi dedicate all'artigianato indù: un articolo di giornale menziona a tal proposito la visita dell'ambasciatore alla mostra di arte contemporanea indiana allestita in quei giorni presso la Galleria San Fedele.¹⁴ Non è chiaro se questi avesse davvero visto altre mostre a Milano in quel periodo su temi affini — tale era infatti la speranza dell'ambasciata italiana.

Cosa fosse presente alla Rinascente in occasione di *India* lo ricorda Maria Pezzi in un articolo pubblicato su *Cronache La Rinascente, house organ* dell'azienda:

Per le donne era un vero paradiso. Sari, tessuti di seta, cotone, lino; sciarpe, sandali, gioielli; per non parlare di tappeti, tende, vasi, giocattoli [...]. Oppure potevate scegliere le sciarpe di "tussah" [...] a trama grossa come tele di sacco; o quelle di "surat" a rigature vivaci. Infine, delizia delle serate estive, le sciarpe e gli scialli di cotone che si possono usare anche per costumi da mare. Bluse, ponchi [*sic!*]. C'erano quelle del Bengala che sembravano stuoie di cocco, e quelle di Madras, in tinta unita, più commerciali [...]. I bambini hanno ricevuto giocattoli di animali e uccelli stilizzati in legno e cartapesta che sono andati ad ornare le loro

camere. E un gioco è tornato alla moda; un gioco antichissimo e affascinante: l'aquilone. Questi cervi volanti indiani hanno la grazia di immensi uccelli; tutti bianchi in carta di riso e luccicanti di piccoli bolli.¹⁵

Il taglio narrativo adottato dalla giornalista restituisce l'abbondanza e lo sfarzo, in termini allestitivi, dei prodotti presenti in *India*, con una particolare predilezione per l'abbigliamento femminile. Oltre a quanto descritto da Pezzi erano presenti anche numerose statue votive e di culto, marmi scolpiti, oggetti di oreficeria e dipinti a lacca su tela tipici di Orissa. La maggior parte di questi erano stati acquistati in India da Roberto Sambonet in un viaggio compiuto tra il 1958 e il 1959 esplicitamente pensato per la mostra alla Rinascente [fig. 2].



2.
Serge Libiszewski, *Antico oggetto di culto per la mostra India*, fotografia b/n, 1959, Fondo Roberto Sambonet, CSAC, Università di Parma.

Restano alcune fotografie degli allestimenti che permettono di comprendere il taglio espositivo adottato — in fondo non così dissimile rispetto a precedenti importanti come *Giappone* (1956), curata da Amneris Latis.¹⁶ Inoltre, grazie a Carlo Pagani, la rivista *Domus* ha ospitato vari articoli dedicati alla rassegna *Grandi Manifestazioni*, in particolare per *India*.¹⁷

Il catalogo dell'esposizione, graficamente curato da Roberto Sambonet, restituisce con dovizia di particolari gli oggetti esposti, fotografati da Serge Libiszewski e annotati da Luisa Bernacchi Sambonet. Decisamente efficace la scelta grafica di Sambonet per la comunicazione della mostra, ovvero l'impiego di una piccola statuina raffigurante una madre con bambino in terracotta come immagine simbolica per l'esposizione.¹⁸

L'operazione culturale inaugurata alla Rinascente ha trovato un importante precedente nell'articolo di Enzo Biagi, allora direttore di *Epoca*, che scrisse per l'*house organ* della Rinascente un lungo reportage dal titolo "Dialogo quasi televisivo del viaggiatore tornato dall'India".¹⁹

Il quadro che emerge dall'articolo di Biagi è encomiastico nei confronti del paese in questione — in fondo era una promozione per la mostra alla Rinascente —, ma l'aspetto forse più interessante è l'insistenza da parte del giornalista sulle unicità indiane se viste in rapporto alla cultura italiana.

All'interno del reportage Biagi veste finzionalmente i panni del viaggiatore occidentale interessato a un «autentico assaggio di India», a un'interazione genuina con la cultura produttiva indiana, nonostante la presenza, nell'articolo, di una dicotomia netta tra la blasonata Arte europea e quell'«umile rigore artigianale» ricordato da Luisa Bernacchi Sambonet ed esposto in mostra.

Non tutto quanto era esposto in *India* era in vendita: a oggi purtroppo non rimane alcuna testimonianza né sui prezzi né sul numero di vendite degli oggetti esposti, sebbene la giornalista Maria Pezzi ricordi che il successo della mostra fu tale da proseguire l'offerta di manufatti della mostra *India* anche in altri reparti della Rinascente oltre la fine dell'esposizione stessa.

Gli aspetti che emergono maggiormente in *India* si osservano anche nella "sotto-mostra" *Thai*, di dimensioni più ridotte, dedicata alla cultura siamese e thailandese, con vari affondi tematici riguardo al buddhismo e a come tale filosofia abbia caratterizzato la cultura artistica e produttiva della Thailandia: come nel caso precedente scarseggiano le fonti visive, sebbene il catalogo dell'esposizione — curato da Sambonet — permetta di comprendere cosa fosse stato esposto e come fosse stata impostata la narrazione espositiva:

La selezione di oggetti del Siam vuole essere un segno di omaggio al fascino di un popolo tanto manifestamente pieno di vita. Oggetti di divertimento e di gioco, strumenti musicali e di teatro sono in grande numero però lo stesso carattere della gente ne sottolinea quotidianamente l'importanza [...]. Sono comuni i tessuti cangianti, dove trama e ordito sono di colore contrastante. Di straordinaria invenzione cromatica, le tipiche barrature e i disegni a scacchiera. La *thai-silk* [in inglese nell'originale, n.d.a.] si inserisce nella moda attuale della seta a trama grossa con l'autorità e il gusto di una esperienza millenaria.²⁰

INDIOS. MOSTRA PANORAMICA DI ANTIQUARIATO, ARTIGIANATO, FOLKLORE, COSTUME E OGGETTI D'USO DEL CENTRO E SUD AMERICA (MAGGIO 1964) E INDIOS MODA (MAGGIO 1964)

C'è un bellissimo mantello in un negozio di 'gauchos': grande da coprire sotto la pioggia cavallo e cavaliere. Ma i milanesi ne compreranno? Se ne prende uno solo per documentazione. Merceologicamente oltre a una indagine panoramica delle produzioni è stato seguito anche un criterio comparativo. Le amache di tutti quei paesi. I diversi tipi di ponchos. Costumi tradizionali. Collane. Fiori artificiali [...]. Strumenti musicali, oggetti d'uso, imbarcazioni. Ma soprattutto l'antiquariato. Aspetto altamente culturale della mostra. Studiosi dei diversi paesi consigliano sull'acquisto. Si visitano collezioni private di valori e bellezze indescrivibili. La mostra sarebbe stata ancor più ricca di pezzi preistorici e precolombiani se (giustamente) le autorità dei rispettivi paesi non avessero proibito l'esportazione dei pezzi più rari, degni di figurare nei loro musei, ma anche a Milano!²¹

Con queste parole si chiudeva il capitolo introduttivo del — lunghissimo, ben 36 pagine — comunicato stampa redatto da Roberto Sambonet e Adriana Botti Monti per *Indios*, “mostra-mercato” sull'artigianato, antiquariato, costumi e arte di Messico, Perù e Brasile, inaugurata il 12 maggio 1964.

Oltre a essere un viatico imprescindibile per la comprensione degli obbiettivi programmatici di *Indios*, le parole di Sambonet e Botti Monti evocano l'atmosfera vivace presente nella mostra, più volte menzionata sull'*house organ* della Rinascente e su rotocalchi dell'epoca.²² Data la lunghezza del documento — a oggi inedito — è presumibile che solo parte di questo fosse stato reso pubblico durante la mostra e che avesse avuto principalmente una circolazione interna agli uffici della Rinascente, anche in virtù del fatto che Adriana Botti Monti era stata nominata *art director* della Rinascente proprio a partire dal 1964.

Curata da Sambonet assieme a Faggian, Ortelli e Giuseppe Schieppati, l'impianto della mostra differiva drasticamente dalle precedenti *Grandi Manifestazioni*. La struttura espositiva richiamava la figura della “chiocciola”: il visitatore era accolto da un corridoio con maschere popolari e rituali, veniva poi introdotto nella “spirale” concentrica con la sezione sugli strumenti musicali, opere di arte plumaria, gigantografie della giungla amazzonica, collezioni di coleotteri, un'importante sezione sugli ex voto, i *retablos*, poi ancora una parete sull'arredamento, una sull'antiquariato, fino ad arrivare al centro della mostra con alcune canoe e amache fatte arrivare direttamente da quei paesi. È ipotizzabile che il percorso “a chiocciola” sia diretta imitazione del *carachol*, simbolo della cultura maya, e poi messicana, esplicitamente richiamata più volte in *Indios* e in alcuni disegni di Sambonet stesso realizzati nel suo periodo brasiliano.

Significativamente gli oggetti esposti erano stati selezionati non soltanto dai curatori — Sambonet in primis — e dagli allestitori, ma anche da esperti che, oltre a essersi recati in Messico, Perù e Brasile, hanno dovuto «scegliere fra migliaia di oggetti, cercare l'autentico e il vero, respingere la paccottiglia, l'artigianato organizzato (vedi souvenirs, shops degli aeroporti e degli alberghi), il falso. Sapere quello che i milanesi vogliono, cosa non conoscono, cosa manca loro»²³ [fig. 3]. Sicuramente uno degli esperti recatisi in loco è stato Sambonet, non è chiaro chi altro avesse partecipato a tali viaggi di ricerca.²⁴



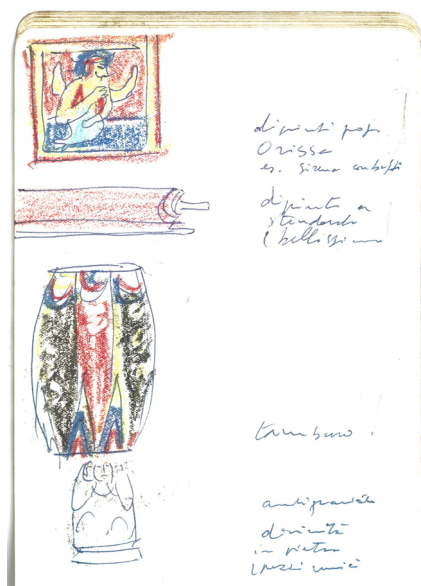
3.
Veduta della mostra *Indios*.
Estratto da Sergio Polano,
Mostrare. L'allestimento in Italia

dagli anni Venti agli anni Ottanta,
Lybra Immagine Edizioni, Milano,
1988, p. 294.

La problematizzazione del rapporto tra autentico e falso è un aspetto dirimente della mostra, anche in virtù del fatto che, accanto a sezioni attentamente curate, ne era presente una dal titolo “bazaar del cattivo gusto” con, al suo interno, «cappelli, borse strane, giocattoli, ceramiche, ecc...». Non restano fotografie dell'allestimento di quella sezione, tuttavia la scelta di titolare una sezione di *Indios* «bazaar del cattivo gusto» stona, forse, con i fini culturali e la sensibilità di un artista come Sambonet; al contempo non è chiaro chi avesse scelto di categorizzare una parte di *Indios* come produzione “kitsch”,²⁵ caratteristica, questa, che problematizza non poco la relazione con l'alterità culturale sudamericana e, per converso, l'eticità di chi guarda a tali tradizioni culturali.

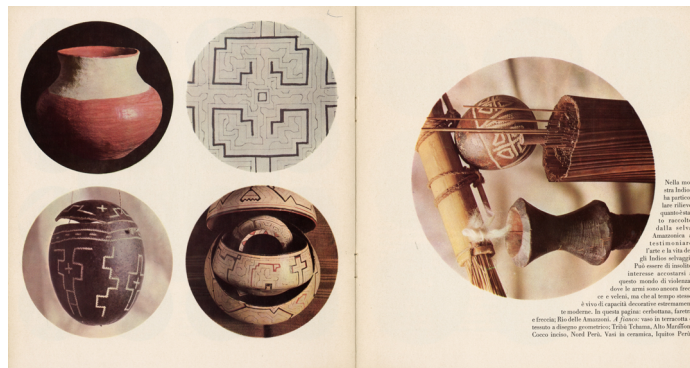
Difficile, a tal proposito, non resistere alla tentazione di porre in correlazione il fenomeno dei *mondomovies*²⁶ — fruito, nel bene e nel male, da una larghissima fascia di popolazione italiana e non solo — con il desiderio e la ricerca di narrazioni “esotiche”, autentiche o *kitsch* che fossero, esplicitato chiaramente in *Indios*. La sezione del bazaar del cattivo gusto restituiva curiosamente quegli inconsci “pseudo-coloniali” manifesti nella stragrande maggioranza della popolazione italiana del periodo — e in quella stessa borghesia che andava in visibilio per i sari indù,²⁷ per i cervi volanti siamesi, per i *retablos*, per le sciarpe, per tutto quanto era esposto alla Rinascente durante le *Grandi Manifestazioni*.²⁸ Mai come in questi due casi di studio emergono le aporie del rapporto tra *storytelling* e *storyselling* espositivo in merito al concetto di autenticità e falso, verosimiglianza e implausibilità, copia e unicità, esotico e tradizionale.

Chiarito lo scopo della sezione più problematica della mostra, va detto che il comunicato stampa di *Indios* conservato presso lo CSAC di Parma permette di ricostruire con precisione ogni oggetto esposto alla Rinascente, oltre a contenere alcune considerazioni di carattere organizzativo della mostra — in particolare su prestiti, spedizioni e movimentazioni. Imprescindibile, in tal senso, anche la documentazione preservata nell'Archivio Pittorico Roberto Sambonet riguardo ai suoi viaggi in India e in Kashmir tra il 1958 e il 1959 e in Brasile, Messico e Perù nel 1963²⁹ [fig. 4].



4.
Roberto Sambonet, *Taccuino India, 1958-1959*. Sulla copertina del taccuino si legge: “Mostra LR [La Rinascente, n.d.a.] oggetti”. Courtesy Archivio Pittorico Roberto Sambonet.

Particolarmente significativa la scelta grafica di Sambonet per il catalogo di *Indios*: a differenza di *India* l'artista ha scelto di inquadrare le opere in mostra all'interno di piccole mascherine tonde, ottenendo un'originale modalità di presentazione delle opere. Il menabò del catalogo *Indios* conservato presso le collezioni CSAC permette inoltre di comprendere meglio anche le scelte grafiche attorno alla gestione della pagina, qui metaforicamente costellata da medaglioni con al loro interno i vari *retablos*, copricapi piumati, statuine in argilla, il tutto corredato dai testi informativi redatti da Adriana Botti Monti [fig. 5].



5. Doppia pagina da Roberto Sambonet (a cura di), *Indios. Mostra panoramica di antiquariato, artigianato folklore, costume e oggetti d'uso del centro e sud America* (catalogo della mostra, maggio-giugno 1964), La Rinascente, Milano, 1964, s.p., Fondo Roberto Sambonet, CSAC, Università di Parma (B097045S_Sambonet).

Come accennato, accanto all'esposizione *Indios* ne era stata organizzata un'altra parallela dal titolo *Indios Moda*, dedicata alla messa in mostra e alla vendita di abiti e vestiti con decorazioni ispirate ai motivi "indios" presenti in quel periodo alla Rinascente. All'interno del catalogo, anch'esso curato da Sambonet — fotografie di Serge Libiszewski, impaginazione di Raymond Gfeller —, non sono presenti soltanto indicazioni generali riguardo ai motivi decorativi dei vestiti e suggestioni di carattere estetico, ma anche i prezzi di ciascun abito, evidenziando, ancora una volta, sia le necessità di vendita sia le implicazioni culturali dietro a tale operazione. La copertina di detto catalogo richiama esplicitamente i pattern astratto-geometrici realizzati da Sambonet negli anni Cinquanta, riportati anche nei vestiti stessi di *Indios Moda*.³⁰ [fig. 6] Sul catalogo della Rinascente *La Grande Estate. 1964* sono presenti alcune fotografie degli abiti pubblicizzati nel catalogo di *Indios Moda*. A differenza di *India*, *Indios* non ha trovato una restituzione attenta e insistita su riviste e rotocalchi: ulteriori informazioni sulla mostra sono presenti anche su riviste femminili quali *Arianna* e *Annabella*, che già in passato avevano ospitato articoli sulle iniziative di *Grandi Manifestazioni*.³¹



6. Doppia pagina da *Indios Moda*, La Rinascente, Milano 1964, s.p., Fondo Roberto Sambonet, CSAC, Università di Parma (B002034S_Sambonet).

CONCLUSIONE

Chiarita la struttura e il funzionamento dei due eventi espositivi, è utile ricordare che alcune delle mostre della rassegna *Grandi Manifestazioni* sono state usate dalla critica estera come cartina di tornasole per avere una visione d'insieme dell'*exhibition design* italiano di quegli anni.

Nel significativo compendio comparativo *Exhibitions* (1961), il critico Klaus Franck annovera uno stand di *Giappone* — e in particolare il semplice ed elegante sistema di cavi e piani usato per esporre gli oggetti tipici della cultura giapponese — come virtuoso esempio di economia allestitiva.³² Oltre a quella preziosa fonte visiva, Franck utilizza anche altre tre vedute di mostre differenti per testimoniare il grado di modernizzazione raggiunto dal gruppo di vetrinisti e allestitori della Rinascente: ricorda infatti la vetrina principale di *Thai*, alcuni stand di *India* e una non meglio identificata vetrina con manichini, fotografie e oggetti legati alla culture afro-mediterranee.³³ Inoltre, il critico Walter Herdeg, riferendosi alle mostre fatte alla Rinascente negli anni Cinquanta, annovera Attilia Faggian, Carlo Pagani e Gian Carlo Ortelli come allestitori di riferimento a livello internazionale.³⁴

Sebbene fossero state recepite dalla critica e dal pubblico in maniera discontinua, gli appuntamenti espositivi della Rinascente — *Grandi Manifestazioni* e non solo — hanno segnato la storia dell'*exhibition design* in Italia. A tal proposito è importante ricordare che la mostra *Indios* sia stata utilizzata da Sergio Polano per illustrare il suo *Mostrare*,

imprescindibile saggio sull'evoluzione del modo di allestire ed esporre in Italia durante il Novecento. Egli annovera infatti *Indios* per lo sperimentalismo della struttura allestitiva (la pianta “a chiocciola”, gli oggetti esposti) e illustra una parte della mostra con una fotografia dell'allestimento utile a comprendere il “metodo comparativo” impiegato da Sambonet nell'esposizione. A rigor di scientificità, Polano indica erroneamente il 1959 come anno di realizzazione della «mostra-mercato» *Indios* anziché il 1964 — lapsus giustificabile data l'affinità nominale con la precedente mostra del 1959, ovvero *India*.³⁵

Oltre all'analisi delle mostre come macrofenomeno storico e sociale sarebbe opportuno, come in parte si è iniziato a fare, storicizzare quelle figure il cui contributo resta ancora poco chiaro in termini di cultura espositiva — si pensi ad Attilia Faggian, Gian Carlo Ortelli, Giuseppe Schieppati o al ruolo di Adriana Botti Monti come *art director* della Rinascenza. Sebbene le mostre *India* e *Indios* abbiano alcuni aspetti ancora da chiarire — su tutti il presunto coinvolgimento di Franco Monti per l'oreficeria sudamericana presente in *Indios* —, i due appuntamenti espositivi hanno problematizzato l'“esotico” come categoria interpretativa della realtà e hanno contribuito a raccontare i nuovi desideri, le aspettative, gli immaginari di quella cultura borghese italiana che, grazie alla Rinascenza e alle sue politiche culturali, ha trovato una sua specifica ragion d'essere e di consumo. Possiamo pertanto affermare che le mostre *India* e *Indios* fossero diretta espressione della «modernità etnografica» di cliffordiana memoria, a metà tra il recupero nostalgico di culture “altre” — condannate a scomparire in un futuro non troppo lontano —, la trasfigurazione merceologica dell'altro come *souvenir* e l'interesse — talora sincero, talora no — al confronto dialogico tra culture eterogenee:³⁶ appuntamenti espositivi che, ricordava Sambonet, esaltavano «il viaggio, l'importanza di viaggiare, l'arte di viaggiare. Psicologicamente: il desiderio di portare a casa qualcosa di quanto si è visto».³⁷

NOTE

1. Roberto Sambonet e Adriana Botti Monti, dattiloscritto *Indios*, Fondo Roberto Samboent, CSAC, Parma, p. 1. Per un approccio generale al tema si veda Franco Amatori (a cura di), *Proprietà e direzione. La Rinascente 1917-1969*, v. 1, Egea, Milano, 2017.
2. *Ibidem*.
3. Duccio Canestrini, *Trofei di viaggio. Per un'antropologia dei souvenir* (2001), Bollati Boringhieri, Torino, 2022, p. 58.
4. L'articolo di Nancy Lee Roberts, "Italian Display Presents a Varied Picture", *Display World*, v. 56, n. 5, maggio 1950, pp. 32-33 è interamente dedicato agli allestimenti di Giò Ponti per La Rinascente; significativo per il taglio monografico l'articolo "Ein neues Warenhaus in Mailand: La Rinascente", *Werk*, v. 39, n. 5, maggio 1952, pp. 156-160. In generale La Rinascente era ampiamente pubblicizzata in pressoché tutte le riviste di architettura d'interni coeve come *Design* e *L'architecture d'aujourd'hui*. Rimando alle successive note le menzioni storiche più importanti legate ai casi di studio presi in esame. Per una bibliografia aggiornata sul tema si veda il progetto *The Wonderful World of the Department Store in Historical Perspective: A Comprehensive International Bibliography* di Robert Tamilia.
5. Si pensi, tra gli altri, alle teorie dell'architetto Frederick Kiesler contenute in *Contemporary Art Applied to the Store and Its Display*, 1930, per quel che concerne l'obbiettivo dei grandi magazzini. Carlo Pagani, "La vendita ha inizio dalla strada", *Vitrum*, 1952, pp. 1-12. Si veda anche sul tema Cristina Casero, "La strada e il suo doppio. Le vetrine di Albe Steiner per La Rinascente a Milano", *Ricerche di S/Confine*, n. 1, 2011, <https://www.ricerchedisconfine.info/i-murivol-ii-n-1-2011/>. Cfr. Raimonda Riccini, "Un'impresa non convenzionale. Disegno industriale, comunicazione, immagine", in Franco Amatori (a cura di), *Dal marchio alle grandi marche. La Rinascente 1970-2017*, v. 2, Egea, San Giuliano Milanese, 2017, pp. 238-244.
6. Cfr. Valerio Castronovo, *L'Italia del miracolo economico*, Laterza, Bari, 2010; Annunziata Berrino, *Storia del turismo in Italia*, Il Mulino, Bologna, 2011.
7. Come ricordato da Sofia Redaelli, si rimanda alla tesi di laurea di Francesco Calegiuri, *La politica culturale de La Rinascente nel secondo dopoguerra (1945-1968)*, Università degli studi di Firenze, 1982.
8. Gran parte della ricerca è stata svolta sui materiali posseduti dallo CSAC – Centro Studi e Archivio della Comunicazione di Parma e sulla biblioteca personale di Roberto Sambonet, poi in parte confluita nella Biblioteca di Arti e Spettacolo dell'Università degli studi di Parma. Si ringraziano i professori Alessandra Acocella e Paolo Rusconi per i suggerimenti avuti durante la scrittura del testo, Elisa Camesasca e Rita De Angelis (Archivio Pittorico Roberto Sambonet, Milano), la dottoressa Sofia Redaelli (CASVA, Milano), oltre alle responsabili dei fondi CSAC che mi hanno assistito durante la ricerca (dott.sse Matilde Alghisi, Maria Vittoria Alpi, Giulia Castagnetti, Giulia Ferrari, Margherita Zazzerò).
9. Luca Caminati, *Una cultura della realtà. Rossellini documentarista*, Edizioni Fondazione Centro Sperimentale di Cinematografia, Carocci Editore, Roma, 2011, p. 81. Utile ricordare che la prima versione del lungo documentario di Rossellini è in realtà francese, *J'ai fait un beau voyage* (trasmessa in Francia dall'Office de Radiodiffusion-Télévision Française) – ampiamente elogiato da Jean-Luc Godard e dalla critica coeva. L'edizione italiana è lievemente differente in termini di minutaggio, tagli di montaggio e titolo dei vari episodi.
10. Cfr. Clifford Geertz, "Anti-anti Relativism", *American Anthropologist*, 1984, v. 86, n. 2, pp. 263-278.
11. Roberto Sambonet e Luisa Bernacchi Sambonet (a cura di), *India. Mostra del prodotto indiano: tradizione, attualità, moda, colore* (catalogo della mostra, Milano, La Rinascente, 3 maggio-3 giugno 1959), La Rinascente, Milano, 1959, s.p. Si veda anche Redazione, "Il giro del mondo della Rinascente continua: India", *Cronache La Rinascente*, n. 13, 1959, pp. 13-15. A questo articolo segue quello di Enzo Biagi. Per la comunicazione della mostra *India* si veda anche Fernando Poch, "Oltre tre milioni di lire per un quadro di Chagall", *Corriere d'informazione*, 14-15 maggio 1959, p. 2.
12. *Ivi*, s.p.
13. Partecipano alla serata di apertura anche il Primo Segretario d'Ambasciata Guha, l'assistente Sheila Kitchlu e vari ministri del commercio indiano. All'interno del catalogo della mostra sono inoltre ricordate le ditte che hanno importato gli oggetti dall'India e le aziende che si sono occupate dei trasporti a Milano.
14. Si vedano Redazione, "Una mostra di prodotti indiani inaugurata dal sen. Spagnolli", *Corriere d'informazione*, 4-5 maggio 1959, p. 2 e Redazione, "Oggi a Milano", *Corriere d'informazione*, 4-5 maggio 1959, p. 4.
15. Maria Pezzi, "Bilancio dell'India", *Cronache La Rinascente*, n. 14, 1959, p. 10. Per uno studio sul ruolo delle riviste aziendali de La Rinascente si veda Elena Puccinelli, "Dal 'Bullettino Interno' alle 'Cronache La Rinascente'". Cin-

- quant'anni nelle pagine della rivista aziendale", in Franco Amatori (a cura di), *Dal marchio alle grandi marche. La Rinascente 1970-2017*, Egea, Milano, 2017, pp. 254-263.
16. Per quanto riguarda gli allestimenti delle *Grandi Manifestazioni* realizzate da Latis si veda Sofia Redaelli, *Grafica, fotografie e allestimenti delle esposizioni in Rinascente. Materiali dal fondo di Amneris Latis*, tesi di specializzazione in Beni Storico-Artistici, Università degli studi di Milano, 2021.
 17. In occasione di *India*, la rivista *Domus* pubblica le fotografie di due grandi portali in pietra presenti in mostra nel n. 354 del maggio 1959, p. 55. Due numeri dopo, *Domus* pubblica un intero inserto pubblicitario di cinque pagine dedicato a *India*: all'interno dell'articolo sono pubblicate fotografie delle opere in mostra che non compaiono nel catalogo curato da Sambonet. Cfr. Redazione, "India e Siam a Milano", *Domus*, n. 356, luglio 1959, pp. 39-44. Oltre a *India* anche la mostra di Amneris Latis ha trovato spazio sulle pagine della rivista (Redazione, "Mercato giapponese a Milano", *Domus*, n. 325, dicembre 1956, pp. 41-45) e *Mexico* (Redazione, "Dalla mostra Mexico a Milano", *Domus*, n. 367, giugno 1960, p. 55).
 18. Modellata a mano e poi verniciata, le fattezze della statua rimandano a modelli iconografici risalenti al II millennio tipici del Mohenjodaro. Molte altre copie sono state in seguito eseguite e presentate – nonché vendute – durante la mostra stessa.
 19. Enzo Biagi, "Dialogo quasi televisivo del viaggiatore tornato dall'India", *Cronache La Rinascente*, n. 13, 1959, p. 16-19. Non è indicata la paternità delle fotografie poste a corredo dell'articolo di Biagi.
 20. Roberto Sambonet e Luisa Bernacchi Sambonet (a cura di), *Thai* (catalogo della mostra, Milano, La Rinascente, 3 maggio-3 giugno 1959), La Rinascente, Milano, 1959, s.p.
 21. Roberto Sambonet, Adriana Botti Monti, dattiloscritto *Indios*, Fondo Roberto Sambonet, CSAC, Parma, p. 5.
 22. L'immagine coordinata della mostra è stata utilizzata come copertina di *Cronache La Rinascente*, n. 33, luglio 1964. Curiosamente *Indios* ha trovato molto meno spazio pubblicitario rispetto a *India* su riviste come *Domus* o quotidiani nazionali come *Il Corriere della Sera*.
 23. Roberto Sambonet e Adriana Botti Monti, dattiloscritto *Indios*, Fondo Roberto Sambonet, CSAC, Parma, p. 2.
 24. Sui legami tra Sambonet e il Brasile si veda Paolo Rusconi, "Attraction and Artistic Mobility Patterns in P.M. Bardi's Brazilian Way", in Marzia Faietti e Gerhard Wolf (a cura di), *Motion: Transformation*, Bononia University Press, Bologna, 2021, pp. 471-476. Per un inquadramento recente su Sambonet si veda in particolare Enrico Morfeo (a cura di), *Roberto Sambonet. La teoria della forma*, Electa, Milano, 2024.
 25. Cfr. Gillo Dorfles, *Il Kitsch. Antologia del cattivo gusto* (1968), Bompiani, Milano, 2023.
 26. Sul rapporto tra immaginari italiani coloniali e i *mondovies* si veda Teresa Colliva, *Se non credete venite quaggiù*, Viella, Roma, 2024, pp. 113-155.
 27. Anna Piaggi, "La moda dell'India", *Annabella*, n. 19, 10 maggio 1959, pp. 48-49.
 28. Analizzando il fenomeno dei *mondovies*, Alberto Moravia è stato uno dei primi intellettuali ad aver compreso cosa si celasse davvero dietro pellicole come *Malesia Magica* (1961), *Il paradiso dell'uomo* (1962), *Questo mondo proibito* (1963), *Mondo infame* (1963). Moravia ha scandagliato con intelligenza le pulsioni più recondite e i desideri – ora come allora scomodi e inconfessabili – dell'Italia post-boom economico, un'Italia in cui «il razzismo sembra invece esistere, sia pure di un genere particolare». Cfr. Alberto Moravia, *Al cinema. Centoquarantotto film d'autore*, Bompiani, Milano, 1975.
 29. La documentazione preservata nell'archivio dell'artista riguarda anche i prezzi e gli acquisti effettuati da Sambonet "in loco".
 30. Lo stesso pattern astratto-geometrico è presente anche nelle buste d'archivio e della comunicazione della mostra *Indios* presenti allo CSAC.
 31. Redazione, "La moda degli Indios", *Annabella*, n. 19, 10 maggio 1964, pp. 92-97.
 32. Klaus Franck, *Exhibitions. A Survey of International Designs*, Praeger, New York, 1961, p. 48.
 33. *Ivi*, p. 138.
 34. Walter Herdeg (a cura di), *Window Display. An International Survey of the Art of Window Display*, v. 2, Amstutz&Herdeg-Graphis, Zurigo, 1961, pp. 547-551. All'interno del volume è contenuto anche un intervento sulla Rinascente a firma di Renata Matassi.
 35. Sergio Polano, *Mostrare. L'allestimento in Italia dagli anni Venti agli anni Ottanta*, Lybra Immagine Edizioni, Milano, 1988, pp. 294-295.
 36. James Clifford, *I frutti puri impazziscono. Etnografia, letteratura e arte nel secolo XX* (1988), Bollati Boringhieri, Torino, 2010.
 37. Roberto Sambonet e Adriana Botti Monti, dattiloscritto *Indios*, CSAC, Parma, p. 3.