

Il design italiano. L'italiano del design

ELENA DELLAPIANA
POLITECNICO DI TORINO

ANNA M. SIEKIERA¹
UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DEL MOLISE

Il design è lo specchio della società, ma la riflessione dell'immagine non avviene alla velocità della luce, bensì solo dopo qualche anno, perché i «tempi tecnici» necessari per passare dal progetto alla realizzazione sono assai lunghi.

(Giovanni Klaus Koenig)²

D OCHI SETTORI DELLA «CREATIVITÀ» HANNO SENTITO IL BISOGNO DI COSTRUIRE UNA CIFRA NAZIONALE QUANTO QUELLO DEL PROGETTO E DELL'ARCHITETTURA, SOPRATTUTTO IN COINCIDENZA – E IN CONTROTENDENZA – CON L'AFFERMAZIONE DEL CARATTERE INTERNAZIONALE, SOVRARAZIONALE, EGUALITARISTICO CHE COINCIDE CON LA STAGIONE DEL RAZIONALISMO, NEGLI ANNI VENTI DEL SECOLO SCORSO. LINGUAGGIO SENZA BISOGNO DI DIZIONARIO PER ECCELLENZA, INFATTI, INSIEME ALLA MUSICA, GUIDATO TRADIZIONALMENTE DAL NOSTRO PAESE – DALLA CLASSICITÀ ROMANA A quella rinascimentale – si trova ad affrontare, anche in virtù delle vicende politiche del periodo, un problema di ri-localizzazione formale, spirituale ed espressiva che porterà alla definizione della fortunatissima formula *Made in Italy*, sintomo e simbolo di un'attitudine creativa e produttiva che sfiora i confini e i significati di una visione del mondo. Questo è vero soprattutto nel campo della progettazione di oggetti e della comunicazione visiva, del design e della grafica, che si amplia progressivamente includendo moda, sistemi, filiere, financo cibo, fino ad abbracciare un vero e proprio stile di vita che il mercato globale odierno desidera e acquista.

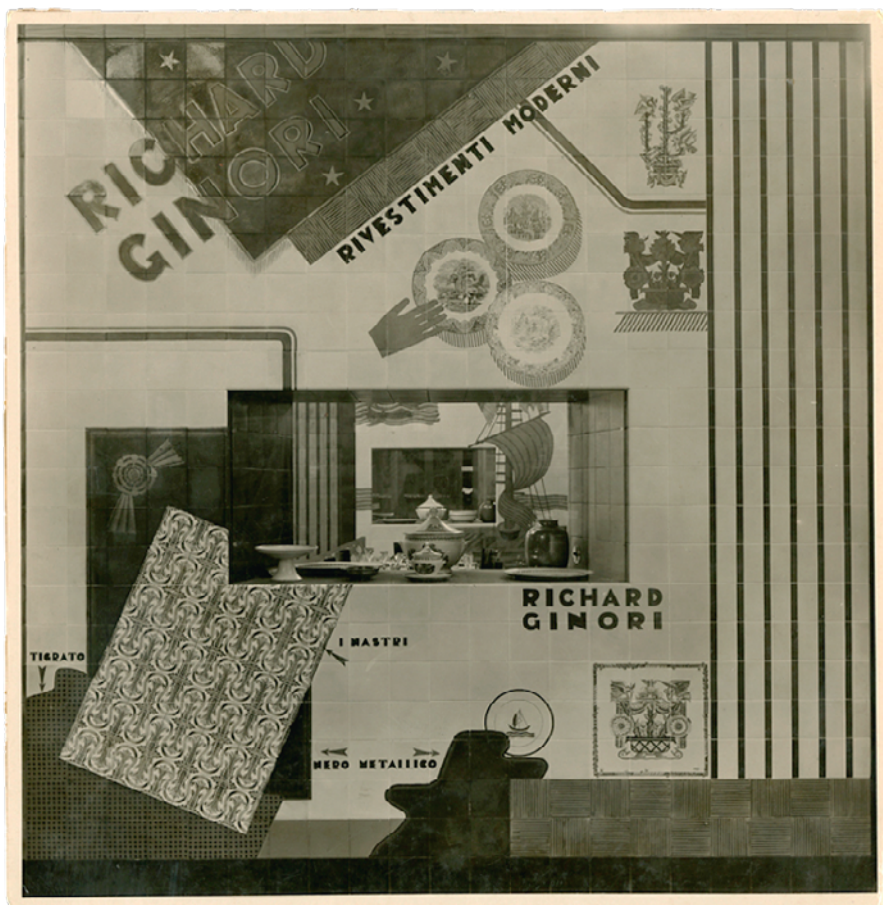
Collocando l'origine della definizione del design in Italia nel Primo Dopoguerra³ e in particolare intorno alla nascita delle riviste focalizzate sulla casa – «La casa bella» e «Domus», nel 1928 –, emerge innanzitutto come siano i progettisti stessi a circoscrivere il proprio campo di azione trattando le proprie opere e quelle altrui nelle sedi critiche e di dibattito. Essi lo fanno, – Gio Ponti e Giuseppe Pagano *in primis*, entrambi architetti/designer – da una parte in relazione al tema della casa, rendendo così circolare il discorso sull'architettura, sugli interni, sugli oggetti e sui mezzi di trasporto (FIG. 1), dall'altra attingendo a una cultura tardo-ottocentesca, ancora quella delle riviste, da «Arte italiana Decorativa e Industriale» a «Emporium», delle quali ri-

producono le dinamiche delle incursioni delle arti di ricerca – dalla letteratura alla musica, alla pittura – affiancate alle più quotidiane «spigolature» su pizzi, piccoli accessori, fiori recisi ed economia domestica. La consuetudine, sperimentata dagli intellettuali a cavaliere del secolo, da Boito a Papini⁴, di partire da una cultura alta che si misura con i processi costruttivo e industriale, con il ruolo pedagogico del progetto e dei prodotti, spinge nella direzione della ricerca di un linguaggio



FIG. 1 – G. Pagano, Elettrotreno ERT 200, Breda, 1936, Arch. Storico Breda, Fondazione Isec, Sesto San Giovanni, Milano

FIG. 2 – G. Ponti, Esposizione per la Richard Ginori, 1935 ca., Museo Richard-Ginori della Manifattura di Doccia, Sesto Fiorentino, Firenze



che corrisponde ai contenuti formali, e che dunque è moderno, ma allo stesso tempo riproduce la trasmissione di valori che ricuciono l'approccio proiettato al futuro tipico della produzione industriale con la tradizione artistica e artigianale italiana.

Così, dalla fondamentale pubblicazione di *La casa all'italiana* di Gio Ponti⁵, nel 1933, che mette a fuoco una riflessione *local* (FIG. 2) negli anni del trionfo del Razionalismo internazionale si giunge al Secondo Dopoguerra, quando l'attrezzatura per la casa – mobili, accessori, decorazioni – diventa il veicolo dell'italianità in tutto il mondo.

Un'italianità che, per prendere le distanze dal ventennio fascista e dal ruolo rivestito nel conflitto, si propone come la riproposizione della gloriosa stagione rinas-

FIG. 3 – Copertina del catalogo di Italy at Work, 1951



mentale, fase storico-artistica che viene rievocata, fuori dall'Italia, in moltissime occasioni: mostre⁶, studi e pubblicazioni giornalistiche. Nel 1949 *Vogue America* commissiona a Ernesto Nathan Rogers un articolo che accompagna splendide fotografie di Irvin Penn sulla Milano del design, intitolandolo *Design Renaissance*⁷. Nel 1951 una mostra itinerante che tocca in tre anni tredici musei di altrettante città americane, promossa dal Ministero del Commercio Estero e dalle agenzie per il controllo delle informazioni (USIS), risponde allo slogan *Italy at Work, Her Renaissance in Design Today*⁸ (FIG. 3). La mostra raccoglie oggetti prodotti tra la fine della guerra e il 1950 che comprendono produzioni di piccola e piccolissima serie e che esprimono, nelle intenzioni dei curatori, «The sight of the unity of Arts of Design»⁹. Mobili, smalti, ceramiche, gio-

FIG. 4 – Allestimento per l'esposizione dei prodotti Olivetti, Olivetti: Design in Industry, MoMA, 1952, progetto di L. Lionni

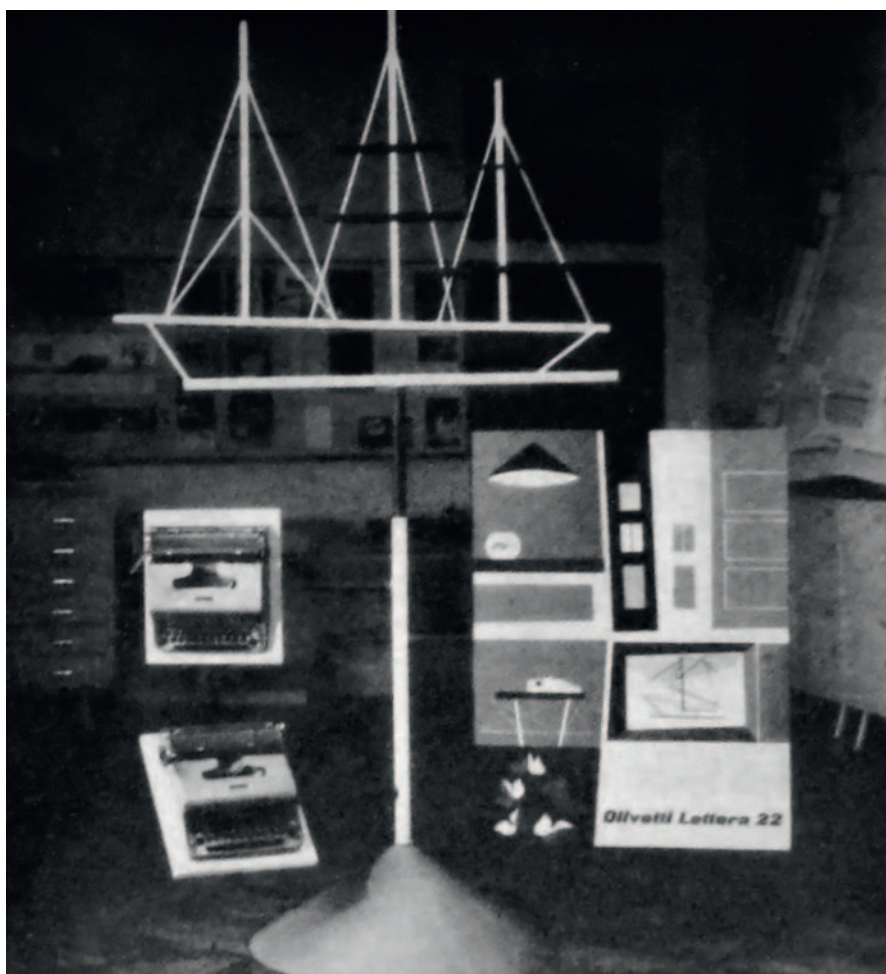




FIG. 5 – M. Nizzoli, *Macchina per scrivere Lettera 22*, prod. Olivetti, 1950 (collezione privata)

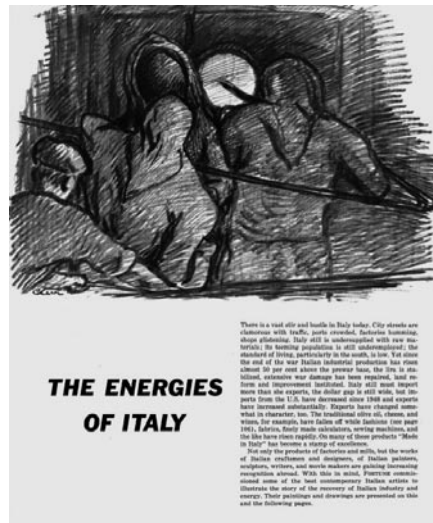


FIG. 6 – *Scrivanina di Ico Parisi con smalti di Paolo De Poli*, distribuita negli anni Cinquanta dalla ditta Americana Altamira (collezione privata)

cattoli, tessuti, gioielli che narrano una vicenda di antichi saperi produttivi, di attenzione ai linguaggi artistici, di fantasia creativa, contrapposta allo «stile industriale» tipico della grande serie americana¹⁰. Ancora negli Stati Uniti, la mostra su Olivetti organizzata dal MoMA (1952)¹¹ sottolinea gli aspetti creativi del progetto dell'azienda di Ivrea, evidenziandone gli aspetti formali, scultorei, frutto di un lavoro al limite dell'arte visiva, di cui l'allestimento, curato dal grafico Leo Lionni (FIG. 4), accentua l'autonomia rispetto agli aspetti meccanici e funzionali (FIG. 5), esattamente come nel 1951 la mostra al MoMA sul meglio della produzione automobilistica mondiale, in relazione al design, aveva messo in rilievo le qualità scultoree della Cisitalia (Pinin Farina, 1949)¹².

Oltre che per i suoi prodotti, Olivetti viene ricordata e lodata come un esempio non solo di imprenditoria illuminata, ma di vero e proprio mecenatismo; il critico militante Nikolaus Pevsner, nel suo discorso inaugurale delle Aspen Conferences (1953)¹³ evidenzia il ruolo di Adriano Olivetti nel processo di crescita non soltanto aziendale, ma anche sociale e culturale. «The resurgence of Italian industries»¹⁴ è il sottotitolo che accompagna

FIG. 7 – *Pagina del servizio di «Fortune» The Energies of Italy*, Gennaio 1954.



un servizio comparso su *Fortune* nel 1954 (FIG. 6) dove ancora una volta produzioni anche «pesanti», come il settore metalmeccanico, sono affiancate a pittori e illustratori (FIG. 7) e la fortuna dei prodotti italiani negli Stati Uniti diviene sempre più grande.

Negli stessi anni in Italia, con modalità squisitamente simmetriche, si rinforza lo statuto disciplinare e l'immagine del progetto italiano, con la ripresa della pubblicazione di «Casabella» con il titolo di «Casabella-Continuità» (1953), con il primo Congresso Internazionale dell'Industrial Design¹⁵ ospitato alla X Triennale (1954) dove si svolgono anche la *Rassegna dell'Industrial Design* (allestita da Castiglioni con Nizzoli, Menghi, Morello, Provinciali, Rosselli,) e la mostra sulla prefabbricazione; con l'istituzione del premio Compasso d'oro promosso da La Rinascente e fortemente voluto da Ponti, e l'avvio della pubblicazione di «Stile Industria», la prima rivista dedicata in forma esclusiva al design, diretta da Alberto Rosselli¹⁶. La preoccupazione per la conservazione di un'identità nazionale prosegue insieme al potenziamento delle organizzazioni e degli organi destinati a diffondere principi, teorie e merci, in contrapposizione soprattutto con il mobile scandinavo e il prolungarsi di formalismi, eredità dell'onda lunga del Razionalismo. Giovani architetti e vecchi maestri si applicano a una ricerca che, metabolizzato il principio del prodotto di serie, torna all'accuratezza esecutiva, al dialogo con la storia e la tradizione – senza essere *revival*- e mettendo nuovamente a fuoco, seppur con sfumature diverse, uno stile italiano. Definito *Neoliberty* a cavallo tra anni Cinquanta e Sessanta¹⁷, accusato di costituire una «Infantile regression», da parte della critica straniera ortodossa ai principi anche ideologici del Razionalismo¹⁸, il progetto italiano per l'oggetto domestico si va sempre più rafforzando nel suo essere identitario, attraverso specializzazioni e percorsi professionali via via meglio definiti, ma soprattutto attraverso un approccio progettuale ed esecutivo che, a prescindere dai modi produttivi, industriali, semi-industriali o artigianali, caratterizza il modo italiano al limite della definizione di un cliché, se non di un vero e proprio linguaggio.

LA LINGUA DEL DESIGN

Per la realtà linguistica italiana si può parlare del delinearsi di una lingua settoriale del design, che emerge dalla scrittura degli artefici di questa disciplina, a partire dal terzo decennio del secolo scorso, in concomitanza con la piena ricezione da parte di architetti italiani dei principi del disegno industriale affermatasi da tempo soprattutto in Inghilterra e in Germania. Al 1933, infatti, risale il volume di Gio Ponti, *La casa all'italiana*, in cui il tema dell'arte nell'industria si snoda in una scrittura originale segnata da numerosi tecnicismi e avvolta in una veste grafica e ortografica inusuale e ricercata:

L'industria è la maniera del nostro tempo. Quale è la formula dell'industria¹⁹? **È la riproduzione esatta e numerosa di un modello perfetto.** Le forze dell'industria consistono nello studio profondo e assiduo del modello e nella potenzialità di condurre questo studio a incessanti e consecutivi perfezionamenti con l'ausilio di tutte le facilità della scienza, del denaro, della tecnica d'oggi e – finalmente – degli artisti.²⁰

Alla realtà concreta di edifici, di stazioni di benzina e di arredi casalinghi oppure nautici, l'autore della *Casa all'italiana* accosta i termini astratti, propri della teorizzazione progettuale, idealizzanti le scelte di gusto (*concetto, crearvi, semplicità sincera, stilizzazione meccanica*). Immerse in uno stile espressionista e futurista (con i fantasiosi composti *l'artepertutti, le millecosedibuongusto*), ma ricco di stilemi colloquiali (*Intendiamoci*), spesseggiano nel libro di Ponti le forme arcaiche e le «pellegrine» neocreazioni (*inintelligenza, sieno, il preziosismo sovrattutto* e inusuali *falsantico* e *lanciamiento* 'lancio'). Insieme a una costante aggettivazione in serie («La casa [...] deve essere *chiara, ariosa, fresca, pulita, sincera*»)²¹, si nota l'insistenza sull'uso metaforico di termini che in tali accezioni sono oggi ben radicati nella lingua comune, p. es. *atmosfera, gamma* [di]:

Questa è anzitutto la reale atmosfera di modernità che invochiamo: nella scelta di tinte o di tappezzerie (tinte unite e fresche o vivacemente contrastate da stanza a stanza: rosa, giallo, azzurro, verde freddo, bruno chiaro; oppure tutto su una gamma di un solo colore chiaro: grigio, verde pisello, tabacco pergamena) ed in quella delle tende e delle stoffe v'è subito modo di creare questa indispensabile fresca atmosfera.²²

Nel secondo dopoguerra, negli anni del *boom* economico, la nuova realtà produttiva, che ha profondamente modificato la vita della società cambiando gli usi e i costumi di larghi strati della popolazione italiana, ha trovato nella disciplina del design una delle manifestazioni più evidenti. Alla crescita economica, contrassegnata da una forte industrializzazione e dal consumismo in tutti i settori della vita quotidiana, si accompagnava dunque lo sviluppo della progettazione e anche della letteratura teorica e tecnica sulla produzione artistica in serie. Si è diffusa e si è consolidata, quindi, la scrittura *del e sul* design, rappresentata dai testi dei teorici e dei progettisti. Con il definirsi di *stile industriale* nel lavoro degli artefici della disciplina (oggi detti *designers*) è cresciuta una ricca letteratura assieme tecnica e critica, che si caratterizzava per una lingua speciale disposta su più livelli stilistici, corrispondenti alla natura unitamente teorica e pratica del design. All'epoca, la scrittura degli artisti – teorici dell'architettura, progettisti, grafici, fotografi – e dei critici d'arte, nonché degli ideatori di messaggi pubblicitari, ha trovato un suo collocamento nella rivista fondata da Alberto Rosselli, «Stile industria» (FIG. 8), una pubblicazione specialistica nata come emanazione della «Domus» diretta di Ponti che rifletteva appieno la vicacità teorica e la molteplicità di settori produttivi coinvolti nella progettazione artistica:

L'oggetto d'uso – scriveva Rosselli nell'editoriale del secondo numero della rivista, evidenziando i cardini sui quali muoveva la nuova attività di grande impatto sociale – mentre acquista una sua personalità, una sua bellezza, diviene anche l'espressione di una società più viva e sensibile, di una cultura più vasta, veramente universale. Il numero, la serie, la quantità, non rappresentano più una sconcertante prospettiva, una incertezza nell'avvenire della nostra epoca industriale, ma, lo si prevede da questi segni, forniranno il veicolo per una nuova esperienza estetica, omogenea e coerente con ogni manifestazione della nostra vita.²³



FIG. 8 – G. Ponti, I principi di una carrozzeria pubblicata nel 1954 in «Stile Industria»

La varietà dei testi pubblicati sul periodico, inizialmente trimestrale e poi bimestrale, corrispondeva alla natura composita della disciplina. La loro articolazione in struttura verbale e figurativa, con l'illustrazione (foto e disegni) quale elemento portante della testualità, restituiva tutte le fasi dell'attività di disegno industriale determinate

dalla loro consequenzialità: l'ideazione, il progetto-modello, la produzione, l'imballaggio/la confezione e, infine, l'esposizione in vetrina per la vendita. Erano anni di dibattiti e la creatività dei designers trovava spazio nelle pubblicazioni periodiche diverse, da «Op. cit.» all'«Edilizia moderna». Nel 1965, quest'ultima ha ospitato una serie di interventi che testimoniavano non soltanto la grande espansione del settore del design in Italia, ma anche la consistenza e l'affermazione di un linguaggio specialistico della disciplina e della testualità fondata sull'immagine, in particolare sul disegno del progettista, perché essenziale e funzionale all'illustrazione teorica (FIG. 9).

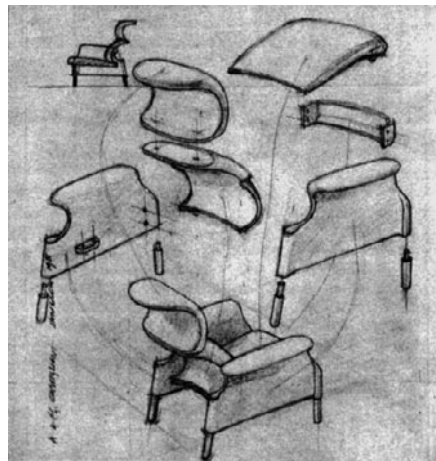
E nell'intervista i Castiglioni precisavano:

Abbiamo già detto di ritenere caratteristica fondamentale del design la consequenzialità logica che lega l'espressione formale alla scelta a priori dei suoi contenuti. Poiché ogni forma si esprime «in funzione» di qualche cosa, qualsiasi significato che attraverso la forma possa essere comunicato si può identificare in una «funzione». La scelta delle funzioni è pertanto il primo atto del design e resta condizionante fino alla fine del processo creativo.²⁴

Il testo appena citato racchiude alcune delle parole-chiave della disciplina, come *forma*, *funzione* e *creativo*. Le quali parole acquistano il valore del tecnicismo disciplinare e, insieme ai derivati *funzionale*, *funzionalità* e *formale*, accompagnano nella scrittura *del* e *sul* design una ricca messe di termini ormai specialistici, fra i quali *tecnica*, *tecnologico*, *creatività*, *consequenzialità*, *elementare*, *espressivo*, *espressività*, *essenziale* (riferito a forme e linee) ed *essenzialità*, costituendo di fatto il vocabolario fondamentale della teoresi del design.

Come nel Rinascimento, quando, grazie alle nuove teorie architettoniche che si richiamavano al modello classico (segnatamente vitruviano), si era formata e aveva conquistato la propria individualità la lingua speciale dell'architettura,²⁵ così nel pieno Novecento la lingua italiana del design si è specializzata e si è emancipata dalla sua matrice prettamente architettonica, facendo proprio il lessico dei settori che la compongono: l'estetica, la progettazione, la produzione, la promozione pubblicitaria. Le due realtà distanti (il Rinascimento e il Novecento del disegno industriale) sono esemplari dei processi sia della storia

FIG. 9 – Uno dei disegni dei Castiglioni pubblicati dalla rivista «Edilizia moderna» a illustrazione della loro esposizione teorica del lavoro di designer, accompagnata dalla seguente didascalia: Scelta della componente fondamentale della razionalità. Poltrona «Sanluca»



dell'arte sia della storia della lingua italiana. Nel Cinquecento, la letteratura architettonica aveva trovato la sua forma espressiva e comunicativa, grazie alla centralità del disegno e della didascalia nella trattazione e teorica e pratica dell'arte edificatoria. Sebastiano Serlio riassumeva fin dal primo trattato del 1537 i concetti già maturi dei teorici e dei pratici dell'architettura, dando un'espressione linguistica (non più latina ma volgare italiana) alla nuova forma testuale che univa il disegno all'esposizione verbale, facendo dell'immagine l'elemento portante della trattazione caratterizzata da uno stile ricco di lessico tecnico funzionale alla materia trattata.²⁶ Negli anni 1954–1963, lo «Stile industria» di Alberto Rosselli proponeva un tipo di rivista che rispondeva alle esigenze di una nuova disciplina – espressione della nuova realtà artistica e produttiva italiana – il design. Come la scrittura dei teorici e dei pratici dell'*ars aedificatoria* nel Cinquecento plasmava l'italiano letterario attingendo non di rado ai singoli volgari della Penisola e formando così un linguaggio settoriale adatto a una materia tecnica, nel pieno Novecento il design specializzandosi come una disciplina autonoma, ha dotato la lingua comune italiana di un nuovo linguaggio settoriale, inserendo vocaboli da altre lingue (*comfort, redesign*), aggiungendo nuove formazioni (*imballaggio, polimaterico, standardizzato*) e nuove accezioni ai termini in uso (*funzionale, linea, creativo, profilo, seduta*).

Con la progressiva acquisizione di importanza che il design ha raggiunto nella società italiana, anche dal punto di vista delle ricadute economiche, la lingua speciale della scrittura *del e sul* design – e dell'architettura – è diventata una delle fonti di innovazione della lingua, non soltanto a livello lessicale, con i tecnicismi affermatasi nell'uso, ma anche nella promozione di un modello testuale descrittivo, ricco di epiteti e termini astratti (*essenzialità di linee, interazione*), costruito con periodi ampi e figure retoriche in diversi testi di carattere pubblicitario. Numerosi termini tecnici sono entrati nell'italiano grazie a questa nuova disciplina che congiunge la produzione in serie e l'arte (e le sue lingue settoriali), rendendo l'espressione artistica parte della quotidianità. E al significato che il fenomeno del design ha assunto negli ultimi decenni, condizionando i bisogni e i gusti, si possono attribuire alcuni nuovi fatti linguistici dell'italiano contemporaneo, visibili nel lessico e in qualche soluzione sintattica e testuale, che in parte distinguono la lingua del design da altri linguaggi settoriali.

La lingua italiana d'uso ha assorbito il linguaggio dell'industrializzazione, i suoi tecnicismi, assimilando appieno il linguaggio dei pubblicitari, che riflette tutte le caratteristiche della lingua speciale dei designers. E oggi, per esempio, nelle pubblicazioni dedicate al consumo di oggetti di arredo e di architetture, la prosa tecnica ed efrastica dei designers compare nelle presentazioni di carattere commerciale. Nei testi delle riviste di arredamento e di design la descrizione tecnica di singoli prodotti e/o ambienti architettonici si compie attraverso un racconto, in cui gli oggetti descritti sono soggetti grammaticali («il legno di pino che abbraccia gli interni»²⁷) e il lavoro del designer si materializza attraverso le sue creazioni. Rese autonome dal loro creatore, le stanze, le maniglie, le lampade si presentano come soggetti, figure di primo piano sul palcoscenico della vetrina, che «configurano un paesaggio» o «riportano visivamente» altri spettacoli:

Il filo elettrico crea una tenda di ispirazione vegetale che permette di regolare l'altezza delle luci e di orientarle. [...] Lianes era una prova d'autore, il prototipo di un lampadario trasformabile che rinuncia alla centralità geometrica della fonte di luce, con diffusori che possono essere orientati in qualsiasi direzione e in altezza. Il bosco di cavi configura, a sua volta, un paesaggio che riporta visivamente a un'altra delle creazioni di ispirazione vegetale dei fratelli francesi [Ronan e Erwin Bouroullec].²⁸

Il tema della rinascita come scaturigine di una condivisione e di una ricucitura culturale, ma anche identitaria, si legge dunque nei prodotti, nel loro racconto e nella lingua utilizzata per raccontarli e promuoverli. I molti contatti tra la trasformazione della cultura progettuale nel Novecento, e in particolare nel Secondo Dopoguerra, e la stagione rinascimentale evidenziano una diffusa e consapevole percezione di appartenenza a una nuova fase – sociale, economica, di costume – nella quale la carta della cultura e dello «stile nazionale» viene giocata su tutti i tavoli possibili – progetto, prodotto, comunicazione – per arrivare al successo planetario del «fatto in Italia».

NOTE

- ¹ Il saggio è frutto di un continuo confronto tra le autrici; nello specifico le parti sul progetto si devono a E. Dellapiana, quelle sulla lingua a A. Siekiera.
- ² G. K. KOENIG, *Saggio introduttivo*, in *Stile industria: Alberto Rosselli*. Catalogo a cura di A. FRACASSI e S. RIVA, Parma, Università di Parma – Comune di Parma, 1981, pp. 13–24 (p. 20).
- ³ F. BULEGATO, E. DELLAPIANA, *Il design degli architetti italiani. 1920–2000*, Milano, Electa, 2014.
- ⁴ G. C. SCIOLLA (a cura di), *Riviste d'arte contemporanea fra Ottocento ed Età contemporanea. Forme, modelli, funzioni*, Milano, Skirà, 2003.
- ⁵ G. PONTI, *La casa all'italiana*, Milano, Editoriale Domus, 1933.
- ⁶ R. BEDARIDA, *Operation Renaissance: Italian Art at MoMA, 1940–1949*, in «Oxford Art Journal», 35.2, 2012, pp. 147–169.
- ⁷ E.N. ROGERS, *Milan: Design Renaissance*, in *Vogue*, September 15 1949, pp. 152–157; foto di Irving Penn.
- ⁸ M.R. ROGERS, *Italy at Work. Her Renaissance in design Today*, Rome, CNA, 1951; comunicati stampa e immagini sono in <https://www.brooklynmuseum.org/opencollection/exhibitions/859>.
- ⁹ *Ibidem*, p. 20.
- ¹⁰ E. DELLAPIANA, *Italy Creates. Gio Ponti, America and the Shaping of Italian Design*, in «Res Mobilis», in corso di stampa.
- ¹¹ *Olivetti: design in Industry*, «Museum of Modern Art Bulletin», October 22 to November 20, 1952.
- ¹² P. JOHNSON, Introduction to *8 Automobiles. An Exhibition of motorcar design*, New York, MoMA, 1951.
- ¹³ N. PEVSNER, *At Aspen in Colorado* in R. Banham (a cura di), *The Aspen Papers. Twenty Years of Design Theory from the International Design Conference*, London, Pall Mall Press, 1974, pp. 15–18.
- ¹⁴ *The Energies of Italy. The resurgence of Italian Industry, expressed by some of Italy's best artists*, in «Fortune», (January 1954), pp. 98–107.
- ¹⁵ P. MORELLO (a cura di), *La memoria e il futuro. Il Congresso Internazionale dell'Industrial Design, Triennale di Milano, 1954*, Milano, Skirà, 2001.

- ¹⁶ A. FRACASSI, S. RIVA (a cura di), *Stile Industria: Alberto Rosselli*, Parma, Artegrafica Silva, 1981; K. FALLAN, *Annus Mirabilis: 1954, Alberto Rosselli and the Institutionalisation of Design Mediation*, in G. LEES–MAFFEI, K. FALLAN (a cura di), *Made in Italy. Rethinking a century of Italian Design*, London, Bloomsbury, 2013, pp. 255–270.
- ¹⁷ G. CANELLA, V. GREGOTTI, *Nuovi disegni per il mobile italiano*, Milano, Centro Studi Lerici, 1961; G. POLIN, O. SELVAFOLTA (a cura di), *Neoliberty e dintorni*, Milano, Electa, 1989.
- ¹⁸ R. BANHAM, *Neo Liberty. The Italian Retreat from modern Architecture*, in «Architectural Review», 747, aprile, 1959.
- ¹⁹ Così nel testo.
- ²⁰ G. PONTI, *La casa all'italiana*, Milano, Editoriale Domus, 1933, p. 75. Il grassetto è originale.
- ²¹ Ivi, cit., p. 22; nostro il corsivo.
- ²² Ibidem; il corsivo è originale.
- ²³ A. ROSSELLI, *L'oggetto d'uso alla Triennale*, «Stile industria», 2 (ottobre 1954), p. 1.
- ²⁴ A. e P.G. CASTIGLIONI, «Edilizia moderna», 1965, p. 14.
- ²⁵ G. NENCIONI, *Sulla formazione di un lessico nazionale dell'architettura* (1995), in NENCIONI, *Saggi e memorie*, Pisa, Scuola Normale Superiore e Accademia della Crusca, 2000, pp. 51–74.
- ²⁶ A. SIEKIERA, *Delineare con le parole. Le guide di Roma nel Cinquecento*, in *Saggi di letteratura architettonica da Vitruvio a Winckelmann*, II, a cura di L. BERTOLINI, Firenze, Olschki, 2009, pp. 153–177.
- ²⁷ «Casa&Design», 5, 2014, p. 14.
- ²⁸ Ivi, 5, 2014, p. 175.