

**Artigiano
Designer
Uomo**

Editoriale

La monografia Designverso legata al mensile Multiverso - rivista nata all'interno dell'Università degli Studi di Udine - propone un'approfondimento sulle figure di diversi designer del 900. Questo numero si occupa di affrontare il designer svizzero Max Huber attraverso quattro ambiti della sua vita e del suo percorso artistico. Abbiamo pensato di realizzare quattro sezioni (Artigiano designer uomo, Manifesti, L'immagine aziendale, Esperienze di design), ciascuna indipendente dalle altre, sia idealmente che fisicamente grazie alla partizione della particolare rilegatura dos a dos, e il lettore ha la possibilità di consultarne una qualsiasi senza dover seguire un preciso filo conduttore. Molte delle scelte grafiche e compositive di questo numero le abbiamo compiute in relazione al costante utilizzo della quadricromia (CMYK) usata nelle tecniche

di stampa e ripresa da Huber nei colori di quasi tutte le sue realizzazioni. Le copertine esterne si ritrovano prive di colore e dotate di una fitta trama (la stessa utilizzata nei retini di stampa) che lascia intravedere le iniziali del designer. Tale assenza di colore permette di notare la suddivisione cromatica delle copertine interne, realizzate seguendo la suddivisione di ciano, magenta, giallo e nero i quali mettono in evidenza quattro texture create tramite dei simboli ripresi dalla vita e dai lavori del designer.

Ci auguriamo che dalle seguenti pagine possa trasparire la vita di un uomo che grazie alla sua passione ha travolto il design italiano di fine '900 permettendo anche a noi di confrontarci con le sue creazioni.

Max Huber nasce a Baar, nel Canton Zugo, nel 1919 e dopo aver frequentato il Ginnasio, studia grafica presso la Kunstgewerbeschule di Zurigo dove segue con particolare entusiasmo le lezioni di Alfred Willimann. In questo periodo ha modo di conoscere numerosi grafici e artisti svizzeri, tra cui Werner Bischof, Emil Schultess, Josef Müller-Brockmann, Carlo Vivarelli, Hans Falk, Hans Neuburg e Max Bill. Desideroso di nuove esperienze, Max Huber trova lavoro a Milano nel 1940 presso il prestigioso studio grafico di Antonio Boggeri, dove conosce Bruno Munari, Luigi Veronesi e Albe Steiner. Dopo solo un anno rientra in Svizzera a causa della difficile congiuntura politica. Successivamente Max Bill lo chiama a far parte del gruppo Allianz, l'associazione degli artisti moderni svizzeri facenti capo alla corrente "concretista", che annovera, fra gli

altri membri, anche Hans Arp e Richard Paul Lohse. Nell'ottobre del 1945 ritorna a Milano e con Albe Steiner realizza il progetto grafico per la VIII Triennale del 1947. In questo frangente conosce Giulio Einaudi che lo incarica di curare tutta la grafica della sua casa editrice. Nello stesso anno progetta l'impostazione grafica e il piccolo catalogo per la mostra Arte astratta e

Max Huber

Un uomo nella storia

“L’apporto culturale della ricerca artistica di Max Huber, sviluppato attorno all’interesse per la composizione astratta e ispirato alle esperienze delle avanguardie europee, si qualifica come un contributo significativo in ambito internazionale.”

concreta curata da Max Bill con Lanfranco Bombelli Tiravanti nella prestigiosa sede espositiva di Palazzo Reale a Milano. Nel 1949, sempre nella capitale lombarda, aderisce al Movimento Arte Concreta fondato l'anno precedente da Gillo Dorfles, Gianni Monnet, Bruno Munari e Atanasio Soldati e partecipa alla IV cartella grafica. Successivamente, a partire dagli anni Cinquanta, si distinguerà nel settore della grafica. Si ricorda a questo proposito il nuovo logotipo per i magazzini de la Rinascente, quello per Coin, Nava o per la catena dei supermercati Esselunga, come anche l'allestimento per gli showroom Omega e Flos a Milano. Inizia sempre in quegli anni l'intensa

collaborazione con gli architetti-designer Achille e Pier Giacomo Castiglioni, condividendo, con il suo progetto archigrafico, l'ideazione di numerosi allestimenti per la Rai, l'Eni e la Montecatini (in seguito Montedison). I riconoscimenti pubblici non tardano ad arrivare e nel 1954 a Max Huber viene assegnato il premio del design italiano "Compasso d'Oro" grazie al disegno per un "tessuto plastico". Non va dimenticata la sua lunga e continua attività didattica iniziata a Milano nel 1947 alla scuola Rinascita, continuata dal 1959 al 1962 presso l'Umanitaria e ancora ripresa negli anni '70 con la docenza alla Scuola Politecnica di Design condotta da Bruno Munari con Nino Di Salvatore. Dal 1978 al 1984 Max Huber porta la sua esperienza didattica in Svizzera insegnando grafica presso la CSIA-Centro Scolastico Industrie Artistiche di Lugano. Viene a mancare il

Centro culturale di Chiasso, m.a.x museo

Ritratto fotografico del giovane Max Huber nel suo studio, 1949

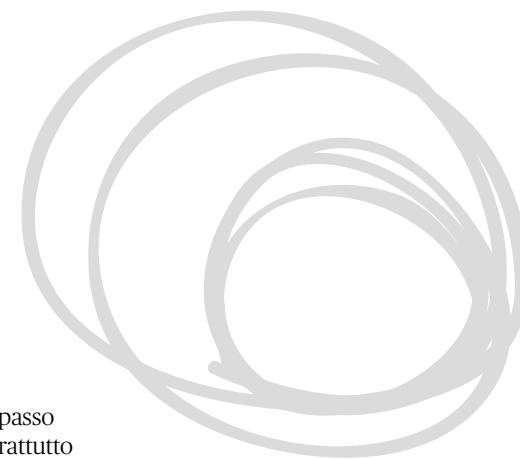


Fra le innumeri incontrollate figurazioni che caratterizzano troppo spesso le produzioni di massa destinate ad interpretare un ipotetico "gusto del pubblico", il Premio "La Rinascenza Compasso d'oro 1954" ha voluto segnalare con questa attribuzione, non solo l'essenziale e castigato valore grafico del disegno di Max Huber, ma anche la circostanza per la quale una industria è ricorsa ad un artista di tipico valore e personalità in questo campo per affidargli una sua produzione.

Plastica stampata



M. Huber, Premio 'La Rinascenza' Compasso d'oro, 1954



Istituito nel 1954, il Premio Compasso d'Oro ADI è il più antico ma soprattutto il più autorevole premio mondiale di design.

Nato da un'idea di Gio Ponti fu per anni organizzato dai grandi magazzini la Rinascenza, allo scopo di mettere in evidenza il valore e la qualità dei prodotti del design italiano allora ai suoi albori. Successivamente esso fu donato all'ADI che dal 1964 ne cura l'organizzazione, vigilando sulla sua imparzialità e sulla sua integrità.

I quasi trecento progetti premiati in oltre cinquant'anni di vita del premio, insieme ai quasi duemila selezionati con la Menzione d'Onore, sono raccolti e custoditi nella Collezione Storica del Premio Compasso d'Oro ADI la cui

gestione è stata affidata alla Fondazione ADI, costituita all'uopo dall'ADI nel 2001. Il premio Compasso d'Oro viene assegnato sulla base di una preselezione effettuata dall'Osservatorio permanente del Design dell'ADI, costituito da una commissione di esperti, designer, critici, storici, giornalisti specializzati, soci dell'ADI o esterni a essa, impegnati tutti con continuità nel raccogliere, anno dopo anno, informazioni e nel valutare e selezionare i migliori prodotti i quali vengono poi pubblicati negli annuari ADI Design Index.

Con un'iniziativa che non ha precedenti nell'ambito del design internazionale il Ministero dei Beni Culturali - Soprintendenza Regionale per la Lombardia, con Decreto del 22 Aprile 2004, ha dichiarato "di eccezionale interesse artistico e storico" la Collezione Storica del Premio Compasso d'Oro ADI, inserendola conseguentemente nel patrimonio nazionale.

ADI Associazione per il disegno industriale, Il Compasso d'Oro



La grafica tridimensionale
di Max Huber
**Attraverso
Munari**

Max Huber arriva in Italia nel 1940, invitato da Antonio Boggeri a lavorare nel suo Studio. La situazione in Italia, in quegli anni, non era ben chiara: c'erano molti pittori che si occupavano anche di grafica e lavoravano con stile pittorico, costringendo gli stampatori a realizzare degli stampati che risultavano sempre delle approssimazioni rispetto all'originale eseguito a tempera o addirittura a olio su tela. Questo perché gli artisti anche oggi si sentono sempre superiori alle tecniche e costringono le tecniche a seguire i loro capricci. A quei tempi si parlava di stampati a dieci o venti colori, necessari per ottenere una imitazione meno approssimativa dell'originale. Antonio Boggeri aprì in quegli anni il suo Studio dal quale uscivano dei lavori veramente grafici nel senso che diamo oggi a questo termine: non dei bozzetti pittorici riprodotti almeno in quadricromia, bensì lavori studiati apposta per la stampa, secondo le tecniche di stampa. Max Huber veniva da una scuola grafica di Zurigo, dove insegnanti specializzati passavano agli studenti quelle informazioni e quel metodo più giusto per operare nel campo della stampa.

Werner Bischof,
Photogram 3,
Zurich, 1941

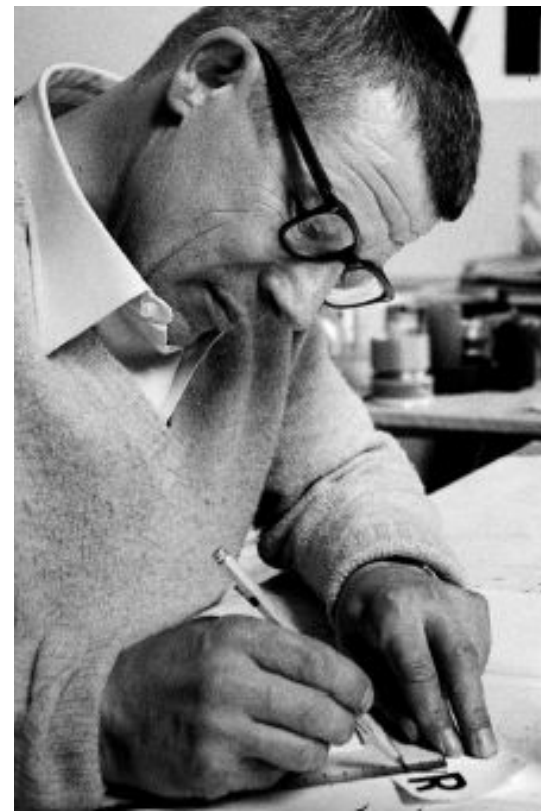
Egli portò ai grafici milanesi quello spirito fatto di geometria e di tecnica, che gli artisti definiscono «freddo». Solo che oggi, dopo parecchi anni di questo metodo, aumentano sempre i grafici freddi e diminuiscono gli artisti grafici caldi. Sono molti i grafici che devono dire grazie a Huber per la tecnica progettuale che ci ha insegnato. Da lui abbiamo imparato la precisione e le combinazioni geometriche,

“Abbiamo visto e apprezzato i colori freddi, ma puri, della selezione per la stampa: quel giallo, quel rosso e quel blu, assolutamente «sbagliati» secondo il gusto pittorico ma giusti secondo il metodo progettuale.”

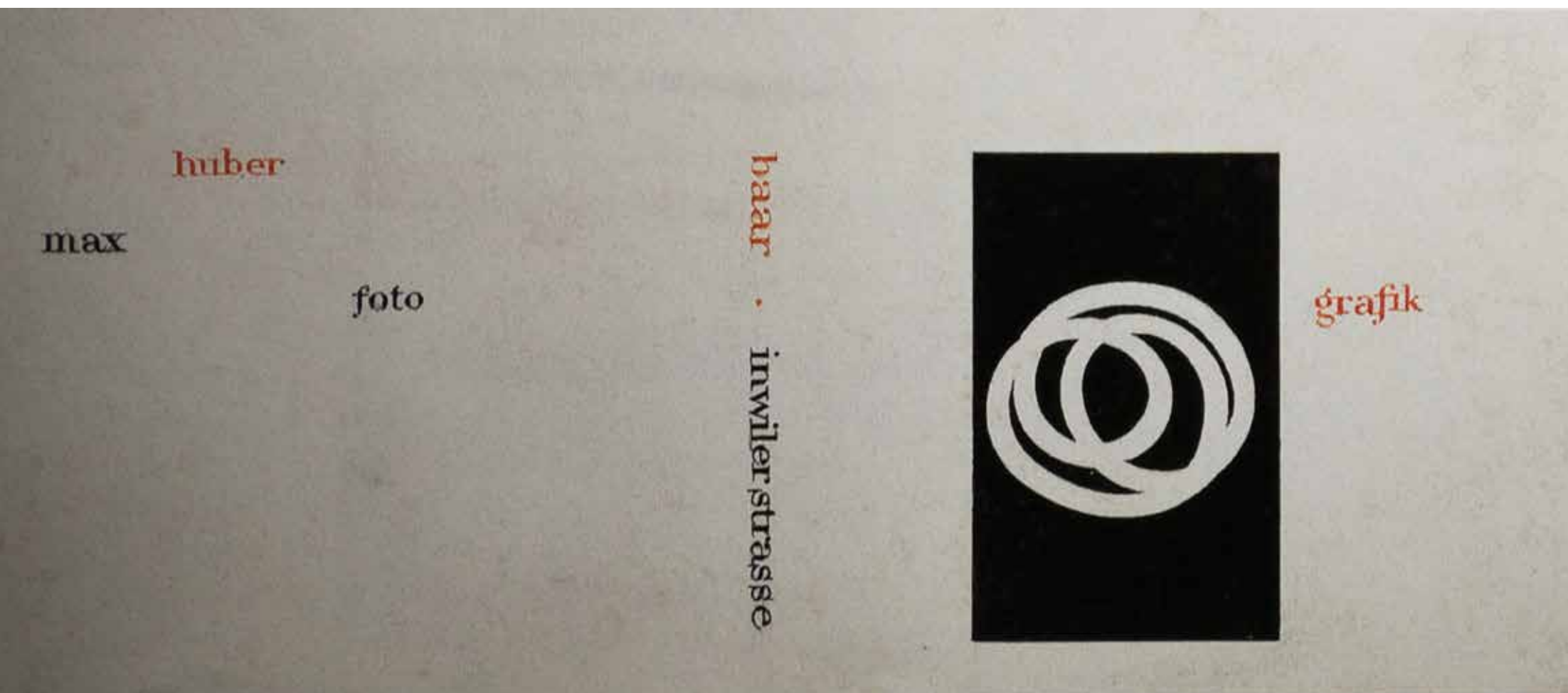
Quei colori definiti «svizzeri» dai pittori, sono i colori puri che danno tutte le combinazioni brillanti e pulite della grafica di oggi. Max Huber, in seguito, ha lavorato anche con architetti per l'impostazione grafica dei testi nelle esposizioni. Il maggior numero di lavori, credo, lo ha realizzato assieme agli architetti Castiglioni, per la Fiera di Milano, per le mostre della Radio e della Televisione. La facciata del padiglione ENI-ANIC del 1958 è un esempio di grafica ancora attuale. Le scritte su vetri trasparenti per il padiglione Montecatini (Vernici) facevano da sole tutto l'allestimento. L'uso delle fotografie in modo non banale, l'uso di specchi ed altri effetti ottici studiati assieme agli architetti Castiglioni, davano

una impronta tutta particolare a questi allestimenti che noi andavamo sempre a guardare come andare a una mostra. In molti di questi allestimenti vennero fatte delle scoperte di grafica e di comunicazione visiva, ancora oggi valide e spesso imitate, nelle cosiddette arti applicate (come si diceva una volta) avvenivano delle vere e proprie invenzioni, sia perché non si pensava di fare dell'arte, sia perché si usava qualunque tecnica la più nuova, sia perché il cliente, in questi casi, non vuole la stessa cosa dell'anno scorso (al contrario del collezionista che invece vuole sempre la stessa cosa per cui l'artista è costretto a ripetersi e dice: bisogna pur vivere). Ma questo discorso dell'arte pura che imita l'arte applicata ci porterebbe ora fuori tema. Teniamolo buono per un altro momento e intanto abbiamo il tempo per documentarci bene. Diciamo quindi a Max Huber che siamo stati contenti di averlo avuto con noi e gli auguriamo di continuare a stupirci.

Design, strumento per migliorare la qualità della vita, n. 4, Bergamo 1975



Max Huber ritratto nel proprio studio, 1973



Uno dei primi biglietti da visita di Huber, 1940

Inizi, influenze

L'aneddoto iniziale è celebre e significativo: il giovanissimo Max Huber che visita lo studio di Antonio Boggeri, Milano 1940, e gli lascia il proprio biglietto da visita. Sono alcune volute intrecciate a spirale. Boggeri lo guarda per qualche istante prima di accorgersi che non si tratta di una stampa ma di un biglietto disegnato a mano. Qualche giorno più tardi assumerà Huber nel proprio studio e quella prima occasione di contatto, la spirale, diventerà il pannello di presentazione dello Studio Boggeri.

L'arte concreta di Max Bill e la Nuova Tipografia, il rifiuto del concetto stesso di 'ornamento' nella comunicazione, la fotografia come artefatto espressivamente 'nuovo', la tendenza a trasformare ogni prodotto grafico in momento essenziale e dinamico.

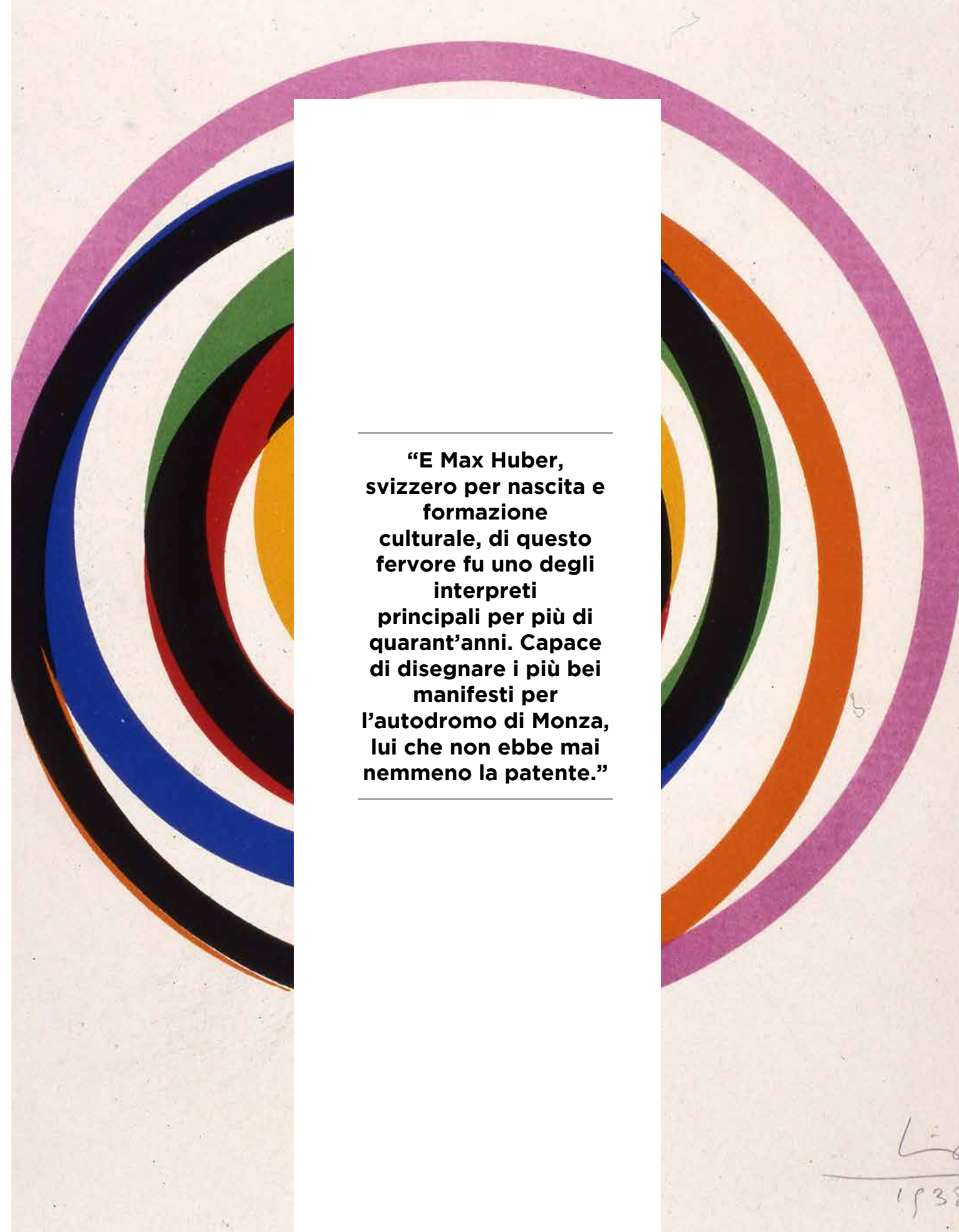
Con Max Huber la grafica arriva ad una delle vette più consapevoli e definitive del Novecento. Gli elementi compositivi assumono con lui una espressività viva, sono momenti essenziali di equilibrio. Si richiamano in certa misura, ma senza alcuna retorica, i miti della velocità tanto cari al futurismo italiano, ma ci si

“Le forme geometriche, le dinamiche ascensionali delle immagini, il movimento fotografico, sono fattori che tendono ad agire sinotticamente all'interno della pagina.”

lega anche alle tematiche suprematiste e costruttiviste. L'amore per il colore, per l'intrecciarsi e il sovrapporsi delle forme, definisce poi lo stile maturo e la personalità dell'artista. Personalità semplice e complessa, come si vede; semplicemente complessa.

Milano non fu solo per Huber un luogo di lavoro. La città di quel secondo concitato dopoguerra era infatti un tessuto di relazioni dove ci si poteva confrontare sulle tematiche politiche, dove la grande industria comunicava una propria visione del mondo senza limitarsi alla mera offerta di merci, dove la cultura poteva scoprire vie nuove e riallacciare i nodi con le vecchie. Un ambiente ideale per un giovane designer attento. C'era molto da fare, l'ambiente permetteva di fare, le occasioni frizzavano spumeggianti. A scorrere oggi quegli 'artefatti comunicativi' si legge in filigrana la storia della ricostruzione, gli entusiasmi e le disillusioni, i successi, le sconfitte, i cambiamenti di rotta. Si legge un'epoca che della 'passione del fare' aveva innalzato una specie di bandiera.

*'Max Huber', S. von Moos,
M. Campana e G. Bosoni, Phaidon, 2006*



“E Max Huber, svizzero per nascita e formazione culturale, di questo fervore fu uno degli interpreti principali per più di quarant'anni. Capace di disegnare i più bei manifesti per l'autodromo di Monza, lui che non ebbe mai nemmeno la patente.”

L
1938



Un museo per M.A.X

Si chiama M.A.X ma non è solo un omaggio al grande Max Huber. M.A.X sta per Museo d'Arte X, e la X, che non ha una parola da sciogliere nella sigla, è un omaggio al maestro ma anche un modo per definire un'identità incerta, di confine, aperta alle esperienze. Come Max Huber avrebbe amato. Il Museo di e per Max Huber è stato aperto in questi giorni a Chiasso, voluto da Aoi Kono, compagna di una vita.

Il M.A.X è un parallelepipedo di vetro progettato dallo studio svizzero Durish + Nolli ed è destinato ad accogliere la 'permanente' del grande Huber (grande, grandissimo, anche se in vita raggiungeva a stento il metro e sessanta), ma è destinato anche ad aprirsi ad ogni tipo di arte e esperienza.

D'altra parte la vita stessa di Max Huber fu una vita di confine, ordinatamente zingara, aperta all'esperienza, ma con giudizio. Era svizzero di nascita (nacque a Baar nel 1919) ma lavorò pressoché sempre in Italia, non si allontanò mai troppo dalla Svizzera e vi ritornò sempre (ma nel Ticino, ad un'ora da Milano). Fu legatissimo alle esperienze grafiche sistematiche (dallo Studio Boggeri, con cui collaborò a lungo, alla grafica svizzera di Müller-Brockmann e Max Bill) ma nella sua opera si vede anche quanta creatività potesse e sapesse esprimere. Sempre di confine, a mezza strada tra l'arte e il rigore. I suoi celeberrimi marchi

sono ancora lì, sui muri di Esselunga e Rinascente ad esempio, oppure su quelli di Coin. Progettò per Einaudi, per Feltrinelli, per Etas Kompass, per la Triennale di Milano.

Lui, che non ebbe mai la patente di guida, ci ha lasciato 'i più bei manifesti per le corse automobilistiche di Monza. Dove la dinamicità del movimento tipografico fa tutt'uno con la velocità delle macchine in corsa.'

Dal periodico online 'SocialDesignZinen', n. 366, Un Museo per M.A.X.

“Nella sua opera si vede anche quanta creatività potesse e sapesse esprimere. Sempre di confine, a mezza strada tra l'arte e il rigore. I suoi celeberrimi marchi sono ancora lì, sui muri di Esselunga e Rinascente”



M.a.x.museo,
Chiasso, Minelli
photo, 2014

La missione del MA.X. museo consiste nel divulgare la conoscenza dell'arte grafica, del design, della fotografia e della comunicazione visiva contemporanea. La sua aspirazione è quella di costituire un ponte tra il passato e le nuove generazioni dei grafici e designer attraverso esposizioni, conferenze e momenti d'incontro.

Verso la grafica contemporanea

intervista ad Aoi
Huber Kono,
fondatrice del
M.A.X. e moglie
di Max Huber

Questo museo raccoglie molte delle opere grafiche di mio marito, Max Huber che conobbi grazie a mio padre Takashi Kono, anche lui grafico e tra i fondatori, in Giappone, del moderno design pubblicitario. Il m.a.x. museo è stato inaugurato il 12 novembre 2005 e la prima mostra è stata dedicata alle opere di Max che poi sono confluite nella collezione permanente. Questo museo intende principalmente spalancare una finestra sul mondo della grafica pubblicitaria nel contemporaneo e, attraverso di essa, raccontare le storie di alcuni protagonisti di questo mondo: Bruno Munari, Luigi Veronesi, Albe Steiner, Remo Muratore e Saul Steinberg, solo per citarne qualcuno.

Può raccontarci brevemente chi fu Max Huber e che ruolo ebbe nella formazione della grammatica pubblicitaria del XX secolo?

Max nacque a Baar, in Svizzera, nel 1919. A Zurigo conobbe Werner Bischof, Emil Schultess, Carlo Vivarelli, Max Bill e molti altri. E dopo aver completato la formazione di grafico e fotografo, lavorò a Milano presso lo studio Boggeri, nell'inverno tra il 1940-41. Ma a causa della difficile situazione politica italiana, nel 1941, Max fu costretto a ritornare in Svizzera ed entrò così a far parte del gruppo "Al-lianz", l'associazione degli artisti moderni svizzeri. In seguito, terminata la guerra, decise di trasferirsi stabilmente a Milano dove il suo talento e il suo impegno lo resero una tra le figure di progettista più rilevanti della produzione grafica italiana di quegli anni. Nel capoluogo lombardo Max conobbe Giulio Einaudi che lo incaricò di curare tutta la grafica della casa editrice. Suoi sono i logotipi della Rinascente, della catena dei supermercati Esselunga e di Coin. Intensa e ricca di buoni frutti fu poi la collaborazione con

gli architetti-designer Achille e Piergiacomo Castiglioni, in numerosi allestimenti per la RAI, l'ENI e la Montecatini. La Rinascente, della catena dei supermercati Esselunga e di Coin. Intensa e ricca di buoni frutti fu poi la collaborazione con gli architetti-designer Achille e Piergiacomo Castiglioni, in numerosi allestimenti per la RAI, l'ENI e la Montecatini.



Giampiero Bosoni ha definito Max Huber “una forza della natura, un disegnatore ineccepibile, un vivace ed eterno fanciullo”. Quali sono, secondo lei, i tratti distintivi dell’opera di Huber?

Max si è autodefinito un “operatore artigiano, quasi un essere preistorico della comunicazione visiva” in un’epoca di già inarrestabile fermento mediatico. Nella sua opera convivono la tradizione puritana svizzera dell’ineccepibile precisione e la logica italiana che privilegia l’aspetto ludico e l’improvvisazione estroversa. Il suo stile riassume in sé gli insegnamenti dei grandi maestri moderni fra cui Max Bill e Moholy-Nagy, coniugandoli ai diversi influssi culturali che animavano la Milano del Dopoguerra. Il linguaggio enfatico ed estroverso della sua arte, il suo gusto per il cromatismo vivace e lo spettacolare sono indubbiamente riconducibili al contesto italiano.

Max Huber
insieme alla
moglie, anni '70

E le più grandi novità?

Max Huber fu uno dei primi ad applicare l'estetica dell'avanguardia in ambito commerciale ed aziendale, creando soluzioni formali che avrebbe usate durante tutto l'arco della sua vita. Gli esperimenti con la geometria e la tridimensionalità sono il punto di partenza e di arrivo della "Nuova Grafica" o meglio dell'arte concreta in generale, che accompagneranno sempre Max nel suo lavoro. Le sue opere si pongono come un bastione contro la banalità di una cultura pubblicitaria che si accontentava di una rappresentazione naturalistica del consumo, o della stravaganza del paradosso e del gioco di parole fini a se stesse. L'arte di Max, basata sulle visioni estetiche del Costruttivismo e dell'arte concreta, ha sempre cercato di subordinare il messaggio, anche più modesto, a una logica profonda di economia espressiva ed ornamento, inserendosi, in tal modo, nel mondo disciplinato della modernità estetica.

“Ha sempre cercato di subordinare il messaggio, anche più modesto, a una logica profonda di economia espressiva ed ornamento, inserendosi, in tal modo, nel mondo disciplinato della modernità estetica.”

A quattro anni dalla sua fondazione, quali sono oggi gli obiettivi raggiunti dal m.a.x. museo di Chiasso?

Nel 2008 abbiamo allestito tre importanti mostre, la prima delle quali dedicata a Bruno Munari. A settembre dello stesso anno abbiamo ospitato la Bi6 - Biennale dell'immagine, intitolata "Geografie dell'invisibile", con opere di Ursula Biemann, Banu Cennetoglu, Felix Hug. Più di recente, negli spazi esterni e antistanti la nostra sede, abbiamo allestito l'esposizione itinerante "50 x 70 Good '08 The project that helps social communications".

Intanto sono profondamente grata agli amici e a quanti collaborano e sostengono accanto a me l'attività del museo (ad esempio per le proposte didattiche), credendo nella bontà di questo progetto. Proseguo con validi collaboratori, esperti di questo settore e giovani studiosi, la ricerca e il lavoro d'archivio dell'opera di Max Huber. E vorrei che il m.a.x. museo fosse sempre più conosciuto a livello locale e apprezzato a livello internazionale, magari collaborando con altre realtà culturali dagli obiettivi affini e dal comune sentire. La vocazione di questo museo è la grafica d'arte contemporanea, il disegno progettuale e la fotografia. E per rispettare se stesso, deve proseguire in questa direzione.

*Intervista di Clara Castaldo,
5 Maggio 2009*

“All'improvviso cadono tanti fiocchi bianchi dal cielo e tutto diventa neve, tanta neve bianca”

Aoi Huber Kono,
illustrazione tratta
da 'Era inverno'
1967

L'immagine Aziendale

Per chi voglia far luce sul ruolo di Huber nel complesso postbellico di 'simbolo comunicazione e consumo', forse nessun evento riveste tanta importanza quanto la sua prima visita allo studio Boggeri di Milano, nel Dicembre del 1940. Huber, appena ventunenne, non sa che qualche parola di italiano. Il suo elegante biglietto da visita sembra stampato, ma a uno sguardo più attento si rivela meticolosamente realizzato a mano. Non appena Antonio Boggeri si rende conto dell'illusione accetta di assumere il giovane. Ad affascinarlo non è solo la perfezione tecnica nell'esecuzione delle lettere, ma anche l'accurata spaziatura dei caratteri e il motivo di linee bianche intrecciate su fondo nero, disposte perfettamente all'interno dello spazio del biglietto da visita. Più tardi Boggeri adottò il motivo come logo del suo studio aggiungendo una mano che disegna e la dicitura Studio Boggeri.

L'intreccio di linee sembra frutto di un movimento a mano libera spontaneo e sperimentale, un effetto accentuato nel biglietto da visita dello studio Boggeri dall'aggiunta della mano che disegna. La disciplina della grafica è resa visibile

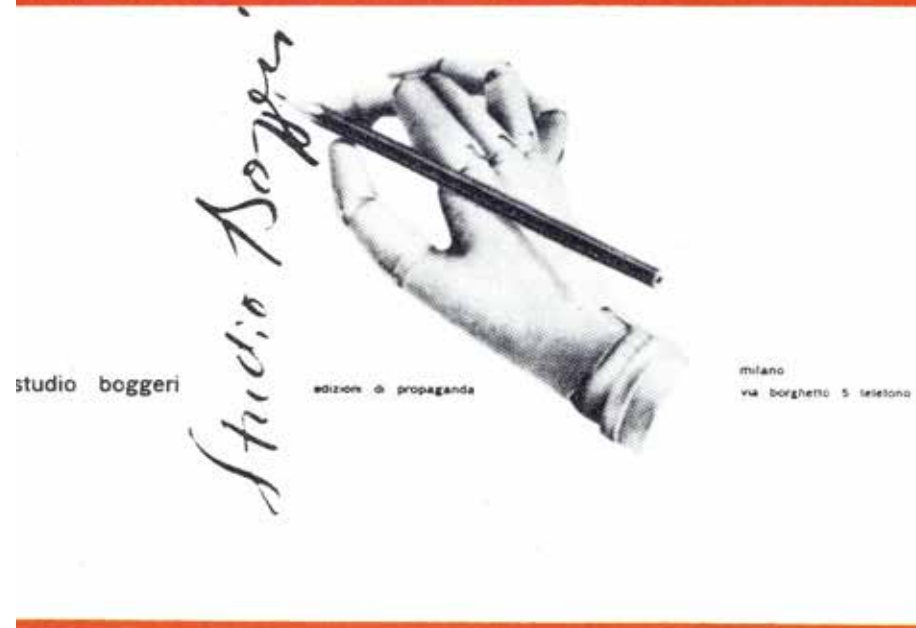
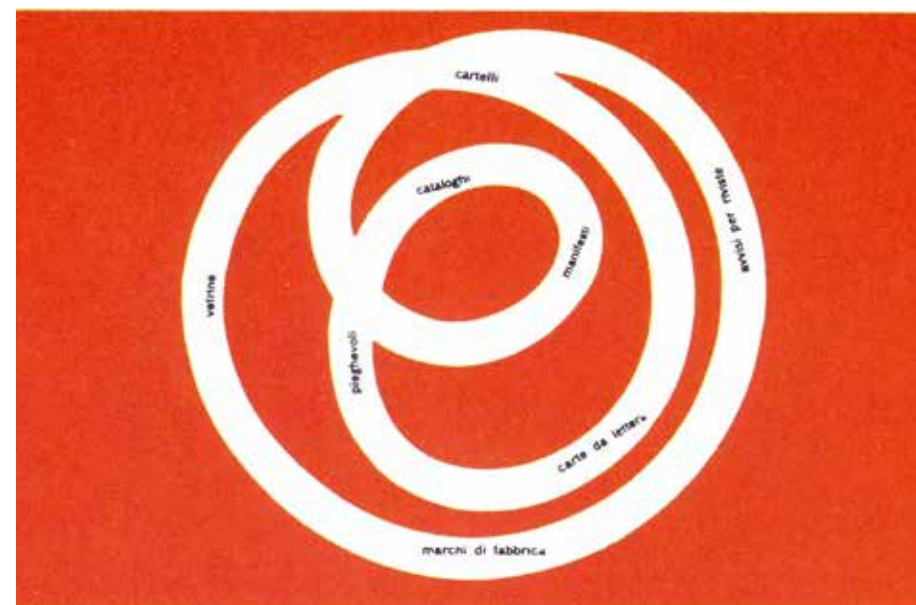
attraverso i suoi strumenti classici, mentre le forme intrecciate suggeriscono una riflessione su se stessa. Tale sofisticati esperimenti con la geometria e la tridimensionalità sono il punto di partenza e di arrivo della 'Nuova Grafica' o meglio dell'arte

Studio Boggeri

Il primo logo

concreta in generale, che accompagneranno Huber per tutta la sua vita. Il linguaggio enfatico ed estroverso della sua arte, il suo gusto, per il cromatismo vivo e lo spettacolare sono indubbiamente riconducibili al contesto milanese. Quando Filippo Marinetti parla di 'maree multicolori o polifoniche delle rivoluzioni nelle capitali moderne' nel suo Manifesto Futurista del 1909, non poteva aver previsto i teatri di massa ed il Fascismo, e tanto meno le sfumature apparentemente apolitiche, ma non per questo meno aggressive, del boom economico italiano, del dopoguerra. Se è innegabile che nei lavori pubblicitari di Huber, Albe Steiner, Bruno Munari il genius loci futurista appaia sovvertito, se non persino sostituito, dalla tradizione dell'avanguardia milanese, più serena e meno compromessa dal punto di vista politico e rappresentata da artisti quali Mauro Reggiani, Fuasto Menotti, Luigio Veronesi e lo stesso Munari, le invenzioni visive che hanno dato fama a Huber recano evidenti in sé le suggestioni sovversive delle parole in libertà di Marinetti.

Giampiero Bosoni, Mara Campana e Stanislaus von Moos



La Rinascente

Il marchio

Huber si cimentò anche e soprattutto nell'ambito della corporate e della visual identity, con risultati all'altezza della sua fama. Il primo grande progetto di immagine coordinata fu quello per la catena di grandi magazzini La Rinascente, azienda che deve il proprio nome a Gabriele D'Annunzio, da sempre molto attenta alla comunicazione visiva, che annoverava tra i primi collaboratori cartellonisti come Marcello Dudovich. Nel 1950 Albe Steiner diventa l'art director dell'ufficio pubblicità e, insieme a Carlo Pagani, coordinatore interno della comunicazione e soprattutto del premio e della mostra Compasso d'oro - Per l'estetica del prodotto.

A Huber spetta invece la progettazione del marchio e dei vari stampati pubblicitari. Il marchio progettato da Huber è di straordinaria purezza ed innovazione: una elle minuscola in Bodoni affianca una robusta erre composta in Futura, accostamento insolito per l'epoca che però genera il risultato ideale. Per ciò che concerne la rappresentazione dell'immagine aziendale, Huber ha il compito di proporre un modello di

“Una elle minuscola in Bodoni affianca una robusta erre composta in Futura, accostamento insolito per l'epoca che però genera il risultato ideale.”

consumo medio-alto creando un immaginario quasi cinematografico: vi è dunque la necessità di continuo rinnovamento pur mantenendo chiara l'identità del cliente; per fare ciò Huber ricorre ai propri archetipi per creare immagini sempre nuove in cui però l'azienda è sempre rappresentata da una texture, che richiama appunto il tessuto. Vengono inoltre reiterati, oltre al marchio, motivi come spirali e girandole, mentre le immagini scontrate vengono sovrapposte a campiture piatte che ne compromettono la visibilità riducendole a pura forma.

*“Corporate Identity”
Maria Nora Arnone*

Max Huber
mentre
lavora al
logo de 'La
Rinascente'



Un nuovo stile

“Dalla carta per i prodotti agli annunci, si ripetono il marchio, la spirale, la girandola”

Il disegno del marchio è del 1950 e i Magazzini investono in comunicazione, ma più ancora, in quella che in tempi più recenti viene definita “immagine aziendale”. Si tratta di proporre un nuovo stile di vita, un modello di consumo medio alto - tennis, golf, sci, arredi per la casa - che facciano leva su un immaginario quasi cinematografico (la guerra è terminata da soli cinque anni e il boom economico sta solamente iniziando).

La Rinascente nobilita i propri prodotti, grazie alla presenza di Albe Steiner in qualità di art director dell'ufficio pubblicità dal 1950 al 1954, promotore insieme a Carlo Pagani, coordinatore interno della comunicazione, del premio e della mostra “Compasso d'oro - Per l'estetica del prodotto” utile a valorizzare le qualità estetiche degli oggetti quotidiani e il sempre più decisivo ruolo dei designer nonché delle aziende produttrici. La molteplicità delle iniziative richiede

a Max Huber una fantasiosa capacità di rinnovare la comunicazione e allo stesso tempo di reiterare l'identità del cliente; si tratta, insomma, di non ripetersi ma di identificare La Rinascente in ogni variante delle proposte merceologiche e degli annunci che sollecitano le campagne. Huber ci riesce con un metodo che anticipa la contemporaneità. Non ripete sistematicamente la struttura dell'annuncio, ma utilizza il proprio linguaggio e i propri archetipi per identificare attività e iniziative.

E' sempre una texture che rappresenta l'azienda e suggerisce il tessuto di cui è costituita la realtà Rinascente. Dalla carta per i prodotti agli annunci, si ripetono il marchio, la spirale, la girandola. Anche l'immagine scontornata si ripete - occhiali, guanti, sciatori, ciclisti, modelle - sovrapposti a campiture piatte di colori speciali che costruiscono il ritmo della pagina.

Giampiero Bosoni, Mara Campana e Stanislaus von Moos

Max Huber
carta da pacco
per La Rinascente
1951



“Il lavoro di Huber per la Rinascente ha rappresentato uno dei primi esempi di identità visuale, che coniuga in un’immagine uniforme l’intera gamma delle espressioni comunicative dell’azienda, dal logo alla grafica, dall’allestimento al packaging. Assai speciale la declinazione che Huber ha saputo fare del celebre logo, su sacchetti, carta da imballo ed etichette.”

*Design in Italy 1950's : la Rinascente
Autore: Bassi, Alberto*



La Rinascente:
l'estate consiglia,
carta da imballo.
1953

Esselunga

Gli americani calcavano il tono parlando di quel primo supermarket che doveva nascere in Italia. Erano soci dell'attuale proprietario che mi aveva chiamato perchè disegnassi il marchio. "Dicevano supermarket, riempiendosi la bocca di 'esse', quasi a dare l'immagine di un colosso. Così, pensai di allungare quella 'esse' a sovrastare tutte le altre lettere." E nacque "l'esse lunga". Ancora resiste. Max Huber, grande firma della grafica mondiale, non lo dice perchè è portato, per carattere, a minimizzare il suo lavoro, a non dargli peso, ma quel marchio non solo resiste. Ha dato il nome di uso comune a quel supermercato, è il perno di tutte le campagne pubblicitarie di

quella catena commerciale. Ma non è solo la memoria ad accendersi, perchè quel marchio è ancora l'insegna del grande magazzino, come la grafica di Huber per "Coin", con il puntino della "i" amplificato a dismisura rispetto alla scritta, è ancora attualissima nonostante i suoi quasi trent'anni.

*Guido Vergani
La Repubblica*

“Gli Americani dicevano supermarket, riempiendosi la bocca di ‘esse’, quasi a dare l’immagine di un colosso. Così, pensai di allungare quella ‘esse’ e sovrastare tutte le altre lettere.”

Inaugurazione del primo Supermercato Esselunga in viale Regina Giovanna. Milano 1957



Nava

Il progetto di immagine coordinata per le industrie tipografiche Nava reca la data 1961; qui Huber progetta il marchio, i vari stampati e anche l'immagine dei mezzi di trasporto.



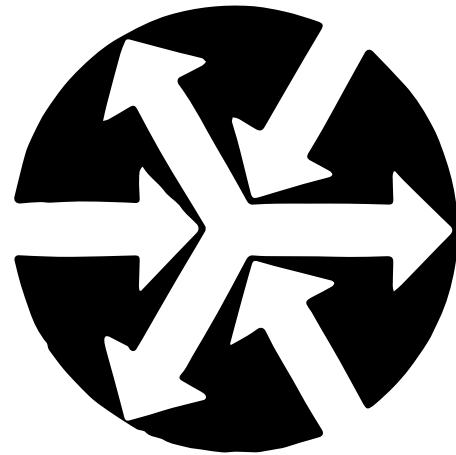
Il marchio è composto in maiuscolo con un carattere bastone in peso bold con una disposizione delle lettere che segue un andamento rotatorio, forse quello delle macchine da stampa.

I vari stampati sono declinati con grande creatività, l'unico elemento che si ripete è il marchio che può essere inserito all'interno di una spirale, reiterato fino a costituire una texture o posto in sovrastampa su altre immagini.

*“Corporate Identity”
Maria Nora Arnone*

“Max Huber ha realizzato molti progetti di Comunicazione visiva, tutt’oggi utilizzati da aziende, società e catene di distribuzione, che ancora appartengono al panorama quotidiano collettivo e che costituiscono un patrimonio di riferimenti condivisi.”

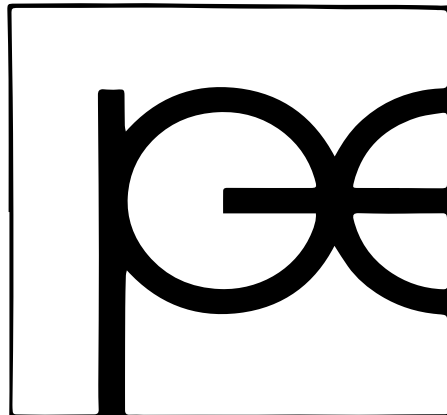
*“Max Huber”
Giampiero Bosoni, Mara Campana e
Stanislaus von Moos*



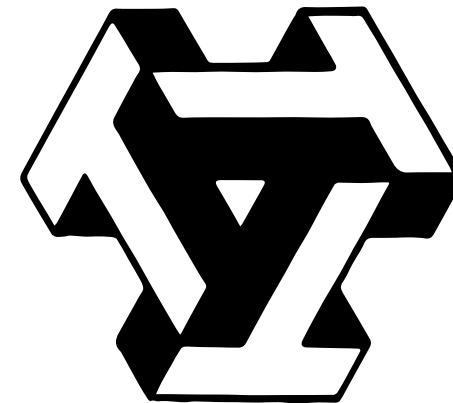
Interpol 1944



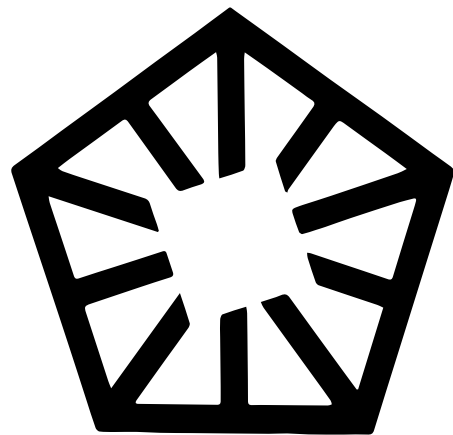
Albitex 1961



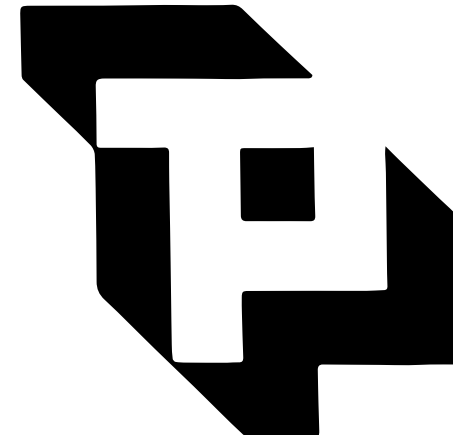
Palazi Editori 1963



Ticino Vita 1980



Triennale di Milano 1985



Tipo Print 1988

Manifesti



POLITECNICO MILANO 1863

Anno Accademico 2015-16

Laboratorio di Fondamenti del Progetto
Docenti: Daniela Calabi, Cristina Boeri, Raffaella Bruno
Cultori della materia: Margherita Facca, Lia Prone

Progetto curato da:

Teresa Cremonesi
Mariachiara Manelli
Matteo Meschini
Chiara Munarin



DESIGNVERSO

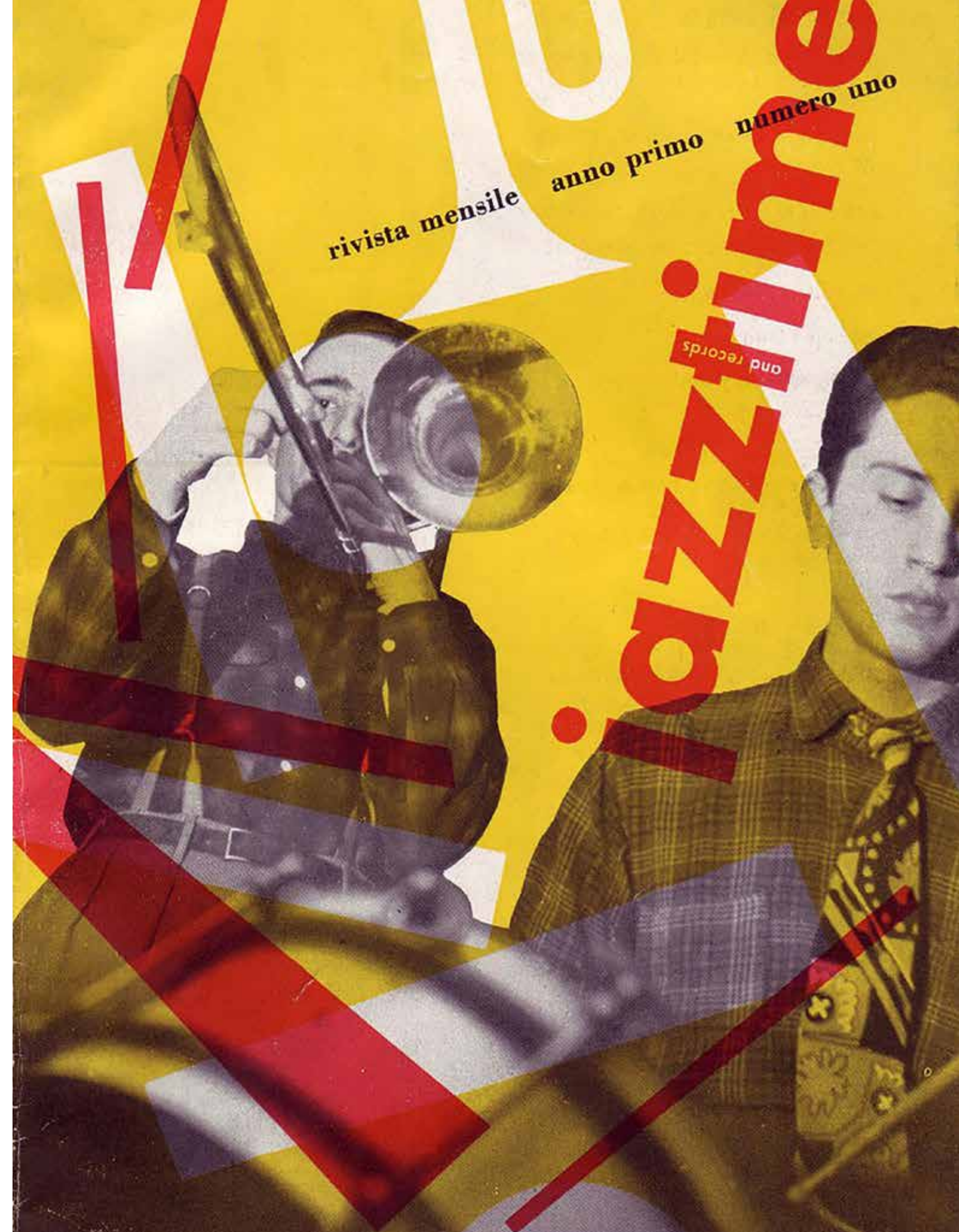
La composizione dinamica

Tratto distintivo della ricerca progettuale di Max Huber nel campo grafico è il dinamismo impresso nelle sue composizioni. Un vitale carattere dinamico sempre giocato con grande abilità all'interno di una nitida gabbia grafica. L'energia impressa in queste costruzioni visive richiama l'idea di un travolgente ritmo musicale come quello del suono di una jazz-band, altra autentica passione di Huber. Le invenzioni grafiche utilizzate per creare una dimensione dinamica, sono per Huber:

l'accentuata enfasi prospettica di alcune titolazioni, le sequenze costruttive a spirale, la rotazione di lettere e loghi, la sovrainpressione di immagini fotografiche atta a generare un originale effetto di scomposizione del quadro grafico

che riprende alcune ricerche delle avanguardie nel campo fotografico, ambito nel quale anche Huber spesso si è cimentato sperimentando diverse tecniche (fra i numerosi esempi vedi alcune copertine delle riviste jazztime del 1952 e Sci del 1962, o ancora alcune pagine pubblicitarie per la Rinascenza della metà degli anni Cinquanta).

'Max Huber-Design dossier'
Laura Faraci (2012)



Granpremio di Monza

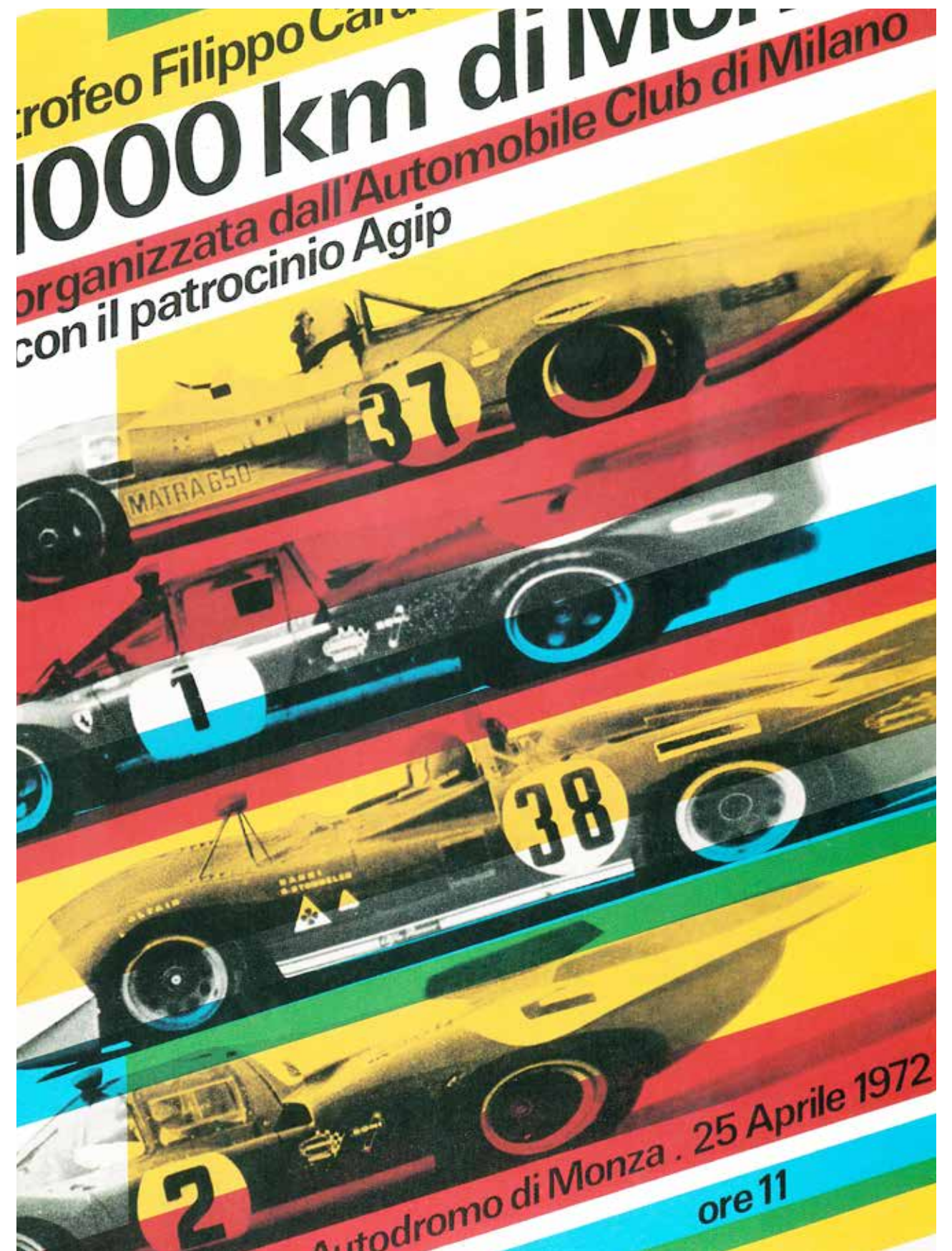
Un celebre esempio di tale approccio modernista si può individuare nel memorabile manifesto realizzato da Huber per le corse di Monza. A partire dal 1928 Huber progettò manifesti e depliant per le corse automobilistiche Monzese, in Italia, principalmente per il Gran Premio. La serie di manifesti pensati per questa occasione mostra chiaramente come il designer trasferì gli elementi visivi legati al movimento in una composizione bidimensionale. Il manifesto che Huber propose in onore delle gare di moto di Monza presenta un'illusione prospettica tale da rinforzare il senso di movimento e velocità dell'immagine. Ad esempio, le singole lettere scompaiono nella distanza e sono contrapposte alle frecce che si muovono in avanti. In oltre variando la dimensione del carattere tipografico e sovrapponendo vari livelli di colori vivi in trasparenza, attribui al progetto una grande profondità, ritmo e un forte richiamo ad osservare il manifesto nella sua totalità. Pertanto si noti come le frecce rosse e blu marchino la direzione della strada. Il poster con il suo carattere fortemente innovativo illustra il detto di Ettore Sottsass

“Qualcuno potrebbe affermare che gli abitanti della Grecia non avrebbero mai potuto esistere senza il mare e che il mare è la loro più grande storia. Io credo che la nostra grande storia sia la velocità”

Occorre inoltre notare che l'effetto visivo, drammatizzato e distorto, non fa perdere al testo tipografico la dimensione di leggibilità ed impatto visivo, il tutto ottenuto senza l'ausilio di alcun software o mezzo per la manipolazione digitale. Huber si basava sul principio della prospettiva per armonizzare distanze, profondità e movimento, pertanto il manifesto che egli ideò per il Gran Premio monzese, presenta sia una dimensione fortemente classica per quanto riguarda rappresentazione, sia una dimensione suggestiva e potente per quanto riguarda il movimento. I manifesti e i depliant ideati per le corse di Monza rappresentano l'armonia che si crea combinando colori vivi e vibranti, linee bilanciate e angoli obliqui, tutti elementi che garantiscono ritmo spaziale al componimento. Si ha quindi una composizione coreografica della dinamica del movimento.

'Language of graphic Design'
Philip B. Meggs (1989)

Granpremio
dell'Autodromo
Monza,
1948



Arte astratta e concreta

“Lavoro irripetibile per spiriti entusiasti e idealisti, ma convinti fino in fondo delle loro idee”

Il bollettino, secondo Huber era un importante strumento di divulgazione e conteneva al suo interno, oltre a saggi teorici, alcuni lavori grafici realizzati dagli artisti, stampati a ciclostile su carta più spessa e a volte colorata. Se nel foglio grafico pubblicato da Huber nel numero tre del 1944 la composizione nasce, come avviene in musica, dalla ripetizione e variazione di uno stesso motivo geometrico, nella copertina dell'undicesimo numero, la geometria viene indagata scomponendo e 'aprendo' nello spazio della pagina la figura dell'esagono. I neri e i bianchi, come i pieni e i vuoti nell'impaginazione, soppesano le singole parti e forniscono contrappunti visivi, ripartendo allo stesso tempo il campo per l'intestazione della rivista.

Alla maturazione di queste ricerche 'tra grafica e pittura' contribuirono in modo significativo gli esperimenti fotografici in camera oscura, condotti fin dagli anni di studio insieme all'amico Werner Bishof che era iscritto alla Kunstgewerbeschule nella sezione di fotografia di Hans Finsler. Tra il 1940 e il 1941 l'interesse per l'astrazione trova infatti un importante terreno di ricerca in ambito fotografico: riflessi e ombre fermati con la tecnica del fotogramma sono il punto di partenza per l'elaborazione di opere come *Komposition ähnlicher Elemente* e *Costruzione 6+3* del 1941 o la litografia

della cartella "funf constructionen plus funf compositionen" pubblicata nello stesso anno dall'Allianz Verlag. Da questi lavori, oltre alla vicinanza con opere di Bill come *Variationen* del 1934, emerge la riflessione di Huber sulle nuove possibilità offerte dal mezzo fotografico

“nell'uso della luce come elemento compositivo”.

Sempre legato alle ricerche sviluppate vicino all'Allianz è il manifesto della mostra *Arte astratta e concreta*, organizzata insieme a Max Bill e Lanfranco Bombelli Tiravanti nel 1947 a Milano, dove Huber si era trasferito nell'immediato dopoguerra, dopo la prima permanenza milanese come collaboratore dello Studio Boggeri tra il 1940 e il 1941. Il manifesto divenne emblema della tendenza concretista che l'esposizione intendeva far conoscere in un paese segnato dal dibattito che contrapponeva realismo e astrattismo.

Il gioco tra elementi 'in positivo' e 'in negativo' sottolinea la coincidenza tra titolo e forma geometrica che lo contiene e rappresenta

semplificando e allo stesso tempo rafforzando il messaggio visivo. L'impaginazione, inedita per il contesto italiano, ha le sue radici nella grafica costruttivista, ma nasce soprattutto dalle ricerche condotte nell'ambito della pittura.

'Max Huber: sinestesie tra grafica e pittura'
Chiara Mari (2013)

milano

arte astratta e concreta

arp
bassi
billi
bodmer
bonini
domela
graeser
herbin
hinterreiter
huber
kandinsky
klee
leuppi
licini
lohse
mazzon
munari
reggiani
rho
sottsass junior
taeuber-erp
vantongerloo
veronesi
vordemberge-gildewart

4 gennaio – 2 febbraio 1947

orario
10 12 15 19
mercoledì chiuso
giovedì 17 23 Ingresso libero
sabato 10 23

La Rinascente

I rapporti tra forme e colori indagati su carta, nelle loro sovrapposizioni e ripetizioni, e i riflessi studiati in camera oscura trovano spesso impiego nei progetti di grafica, vivacizzando stampati pubblicitari solitamente anonimi, come gli opuscoli di presentazione di prodotti farmaceutici o i cataloghi aziendali. Come ha scritto Stanislaus von Moos, “l’arte di Huber”, subordinando

“il messaggio anche più modesto a una logica profonda di economia espressiva e ornamento, si inserisce autorevolmente nel mondo disciplinato della modernità estetica”.

I progetti realizzati nel periodo di impiego presso lo Studio Boggeri, che rappresentò un importante momento di affermazione professionale, sono in questo senso esemplari. Alcuni di essi vennero pubblicati nel 1942 dalla rivista *Typographische Monatsblätter* a illustrazione di un articolo che sottolineava, a partire dal commento della mostra dell’Allianz al Kunsthauus di Zurigo, l’esistenza di una connessione tra sviluppi dell’arte e sviluppi della tipografia. Secondo Karl Reitz, che firmava l’articolo, la tipografia era fortemente influenzata dal linguaggio dei costruttivisti svizzeri e Max Huber, era un esempio di “stupefacente concordanza” tra soluzioni pittoriche e soluzioni grafiche e tipografiche,

Arte astratta
e concreta,
1947

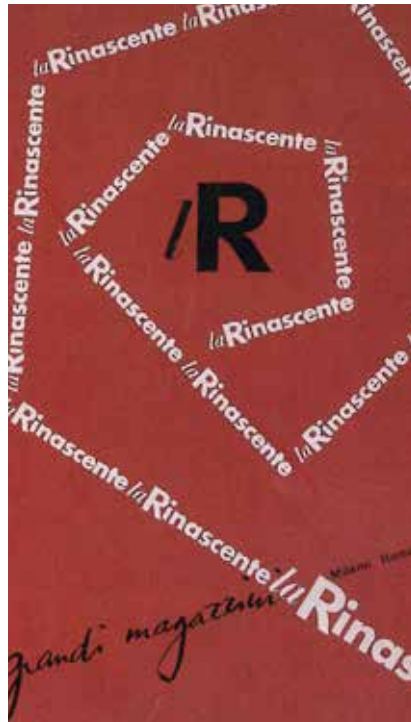
“partendo dal proprio punto di vista, sa dare allo stampato un’univoca, altamente personale, espressione e rinuncia a effetti formali che pregiudicherebbero una logica costruzione”

Se la razionalità di matrice svizzera costituisce una componente importante del lavoro di Huber, il risiedere e lavorare a Milano, prima e dopo la guerra, introduce nella sua grafica un colore, una vivacità e un dinamismo lontani dagli esempi d’oltralpe, che costituiscono la specificità del suo linguaggio e il suo personale e modernissimo contributo nel creare l’“iconosfera” urbana della città della ‘ricostruzione’ prima e del boom economico poi.

Secondo la significativa testimonianza di Hans Neuburg (1959), solo dopo il trasferimento a Milano Huber riuscì a realizzarsi pienamente: si sentì a casa nell’atmosfera di un paese latino e per di più lo spirito latino dei



Manifesto
La Rinascente,
1951



suoi committenti trovava corrispondenza nelle capacità di Max Huber come artista. Nella loro estrema impetuosità ed espressività gli esperimenti di Huber sembrano spesso sconfinare nella pittura pura. Ciononostante Huber ama confrontarsi con le difficoltà della grafica commerciale e infondere in essa nuova vita. Tutto ciò che realizza emerge per vitalità e originalità ed è segno eloquente del suo credere nel potere di una propaganda intelligente. I valori formali delle composizioni geometriche permettono ad esempio di presentare in modo non convenzionale gli smalti prodotti dall'industria Fratelli Masciadri in un pieghevole del 1945, il campionario della ditta di carte da parati Braendli e il suo



stand alla RIMA (Riunione Italiana Mostre Arredamento) del 1946, ma anche l'allestimento di vetrine e negozi, come nel caso della decorazione realizzata nel 1952 per le ante di un armadio dei Magazzini Jelmoli di Zurigo, progettato dall'architetto Carlo Pagani. Il tema della collaborazione tra le arti era d'altronde in questi anni vivacemente dibattuto sulle pagine delle riviste, da gruppi di artisti come il MAC e in occasione di esposizioni periodiche, quali la Triennale o la Mostra delle arti e dell'estetica industriale. La rassegna, come si legge nel numero di AZ dedicato alla prima edizione del 1952 a cui Huber partecipò con una serie di progetti realizzati per La Rinascente, intendeva mettere in evidenza che

“l'utilità dell'industria di riconoscere l'importanza della forma e del colore in tutti i suoi aspetti estetico-funzionali coincide con quella dell'artista di ristabilire con la società quel contatto effettivo, continuo ed esteso che è fra le ragioni di essere dell'arte”

*'AIS Design', numero 1
Raimonda Riccini (2013)*

T8

Secondo una simile concezione di corrispondenza tra le arti, lo stesso motivo creato da triangoli concatenati è condiviso nel 1947 dall'opera Logaritmi sincopati e dal progetto per i diplomi della T8 dove l'alternanza dei colori rappresenta le bandiere dei paesi partecipanti. Le forme geometriche possono trasformarsi allo stesso modo in aerei mobili nella costruzione pubblicitaria presentata a un concorso della Triennale nel 1947 o nel "soffitto dimostrativo" ideato dagli architetti Castiglioni per la Mostra dell'illuminazione del 1951.

Superando le due dimensioni della tela e della carta stampata, le invenzioni astratte invadono gli spazi espositivi, i luoghi di ritrovo, ma anche gli ambienti della casa, come nel soggiorno realizzato in collaborazione con l'architetto Paolo Tilche presentato a Como alla mostra Colori e forme nella casa d'oggi del 1957, in cui, come ha scritto Bruno Zevi

*'AIS Design', numero 1
Raimonda Riccini (2013)*

“la geniale irruenza di Huber plasma l'ambiente e l'arredamento della sala.”

*omaggio de
offert par
compliments of
überreicht von* **la Rinascente** *tour of Milan*

*visita a Milano
besuch in Mailand
tour de Milan*

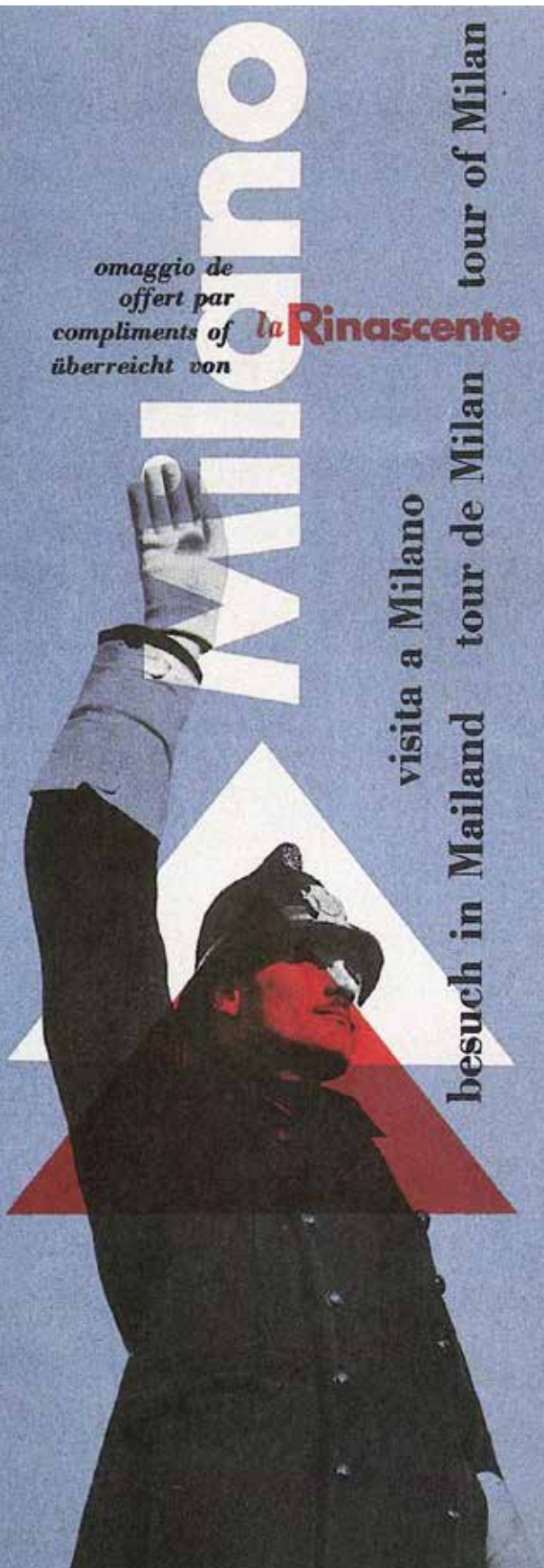
la Rinascente

in piazza del Duomo

Milano

*grandi magazzini
department store
warehous*

Milano





Borsalino



Borsalino

Alla creatività comunicativa è stata favorita inizialmente da questa divisione dell'azienda e dalla sfida tra le due Borsalino, ma è poi continuata successivamente per molti anni dopo la riunificazione. Pensiamo per esempio alle campagne di fine anni Quaranta in cui Max Huber esprime il suo innovativo stile grafico oppure alla famosissima immagine in stile divisionista di Armando Testa del 1954.

Max Huber è notoriamente l'artista grafico che ha introdotto la tecnica del fotomontaggio nell'immagine pubblicitaria. La figura affianco è un esempio della sua vasta produzione di manifesti e bozzetti elaborati per Borsalino. Lavorando su pochi elementi essenziali, Huber compone i suoi manifesti pubblicitari evitando quasi sempre lo slogan; è in bella evidenza il marchio logogrammatico in bella grafia rotondeggiante, una fotografia del cappello, con

un suo punto di illuminazione e la sua ombra, e infine un motivo grafico predominante. Nella figura si tratta di cerchi di diversi colori e grandezze disposti sull'asse verticale.

Da notare come in quest'ultima ci sia un asterisco sotto al cappello, quasi a indicare il soggetto assente dall'immagine che però è colui a cui è rivolto il messaggio complessivo: è, per così dire, una presenza inusuale nell'enunciato del consumatore/destinatario, ciò che in semiotica si intende con marca dell'enunciazione.

Lo stile di Huber ha una sua riconoscibilità identitaria; la Borsalino non fa altro che assecondare la creatività del grafico che liberamente gioca anche a rimandi stilistici e citazioni ben evidenti.

la Borsalino non fa altro che assecondare la creatività del grafico che liberamente gioca anche a rimandi stilistici e citazioni ben evidenti.

'Parabole aziendali ed innovazione comunicativa, Cinzia Bianchi (2014)

imballaggio

n. 13 luglio ottobre 1952

AETAS

editrice | milano

imballaggio

organo ufficiale dell'Istituto Italiano Imballaggio

n. 32 gennaio febbraio 1956

ET|AS editrice

via mantegna 6 milano

spedizione in abbonamento postale gruppo quarto

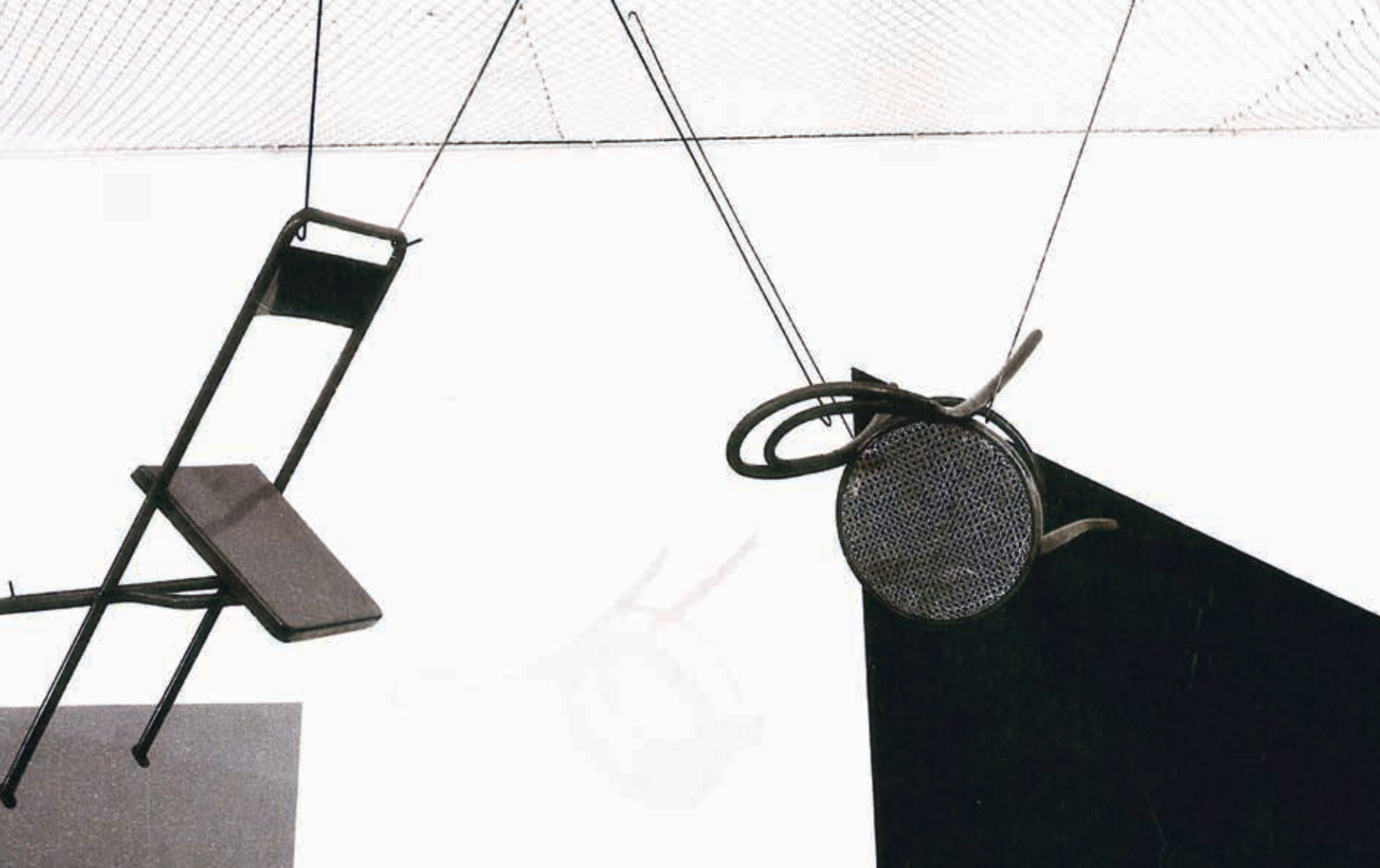
Esperienze di design

Archigrafo

Dopo aver conosciuto personalmente Max Huber è difficile smettere di essere uno storico e guardare alla sua opera con l'occhio scientifico dello studioso. Max era quello che in italiano si definisce “una forza della natura”. In lui si fondevano magnificamente il prorompente talento naturale del disegnatore ineccepibile, il candore vivace dell'eterno fanciullo, il rigore formativo della solida scuola svizzera, la passione per la ricerca innovativa, la brillante curiosità pronta a raccogliere con acutezza e ironia gli spunti più imprevedibili, la puntuale serietà del professionista d'alto rango. Con ciò va detto che Huber non è stato solo quell'eccezionale progettista grafico che tutti conoscono, ma è stato anche un valido artista e soprattutto un geniale progettista archigrafico (intendendo con questa espressione una grafica a funzione tridimensionale), in particolare nel campo delle architetture provvisorie e dell'industrial design, portando il suo segno a divenire un autentico valore spaziale.

Alla scoperta dell'exhibit design, 1935-40

L'interesse di Huber per l'architettura e in particolare per l'architettura moderna, intesa soprattutto nel senso di una struttura leggera costruita per elementi modulari, è testimoniato, già nei primi anni della sua formazione, da un suo reportage fotografico, chiaramente ispirato dalle tecniche di ripresa costruttiviste e bauhausiane, fatto in occasione della visita alla Landesausstellung (Esposizione nazionale svizzera) di Zurigo del 1939'. Questo incontro con la grande dimensione comunicativa della fiera lo stimola fortemente: “Uh, c'erano cose bellissime ... una per esempio era il lavoro grafico di Heinrich Steiner per il padiglione dello Sport Fantastico! E poi c'era una torre per l'industria farmaceutica... Di quella manifestazione conservo ancora delle fotografie fatte da me”. È interessante osservare che fra le foto scattate da lui, non ci sono riprese dei lavori grafici, come quello già citato di Steiner per il padiglione dello Sport, oppure degli amici Werner Bishof per il padiglione Papier, Graphisches Gewerbe, Vermessung, Film, Photographie”, e di Max Bill per il padiglione “Bauen” ma ci sono soprattutto dei tagli fotografici (decisamente partecipi del clima della Nuova Oggettività) che vogliono essere prima di tutto delle interessanti ricerche fotografiche e insieme un modo di leggere la dimensione strutturale, comunicativa, ma anche ludica dello spazio espositivo nelle proposte più moderne e coraggiose. D'altra parte lo spazio espositivo inteso come strumento di ricerca, modello progettuale, prototipo o manifesto di nuove tendenze creative risulta in questo senso una costante nel processo formativo delle avanguardie architettoniche e artistiche del Novecento. Proprio in questo particolare spazio del progetto, per certi versi senza tempo e senza peso, data la sua minore gravità architettonica, le avanguardie hanno trovato un ideale limbo in cui concretizzare, libera da contaminazioni, l'espressione più pura di quella ricerca, non sempre paziente, ma anzi spesso istintiva e repentina, proprio come certi allestimenti che l'hanno emblematicamente rappresentata “Bisogna pensare ai padiglioni che hanno fatto Le Corbusier, El Lissitzkij ricordava sempre Max Huber. [...]



XVI Triennale
Milano,
grafica per
esposizioni,
1947

collaborazione di Huber a questo progetto, appare evidente una certa impostazione tipica di Boggeri per la rarefazione del segno che gioca quasi su uno spiazzamento percettivo lavorando su dei fuori scala, come la grande leva ingigantita sul fondo e i reticoli astratti (questi più vicini alle corde di Huber) rappresentanti i composti microcristallini dei vari acciai impiegati per le parti meccaniche di queste macchine[...]. Risulta invece più riconoscibile la cifra stilistica di Huber nell'immagine proposta sul libro curato

“Uh, c'erano cose bellissime ... una per esempio era il lavoro grafico di Heinrich Steiner per il padiglione dello sport, fantastico!”

dallo stesso Huber nel 1982, nel quale appare un altro dettaglio di allestimento per vetrina di negozio Olivetti datato 1943, dove si riconoscono segni (le spirali esagonali) ed effetti fotografici tipici della sua ricerca.

Questa pubblicazione, validata dallo stesso Huber, potrebbe confermare una continuità di collaborazione a distanza con lo studio Boggeri. A questo punto si spiegherebbe la presenza, nell'archivio Huber, delle foto dell'allestimento, probabilmente disegnato da Pintori, come una documentazione fornita dall'Olivetti per studiare il nuovo allestimento per promuovere la Studio 42.

Definire quale è stata la prima occasione progettuale di Huber in un ambito espositivo non è facile. Purtroppo, rispetto a questo periodo, la documentazione d'archivio probabilmente è incompleta. Un margine d'incertezza avallata anche da alcune biografie (curate dallo stesso Huber) nelle quali si legge per esempio che nel '39, in occasione dell'allestimento dell'esposizione nazionale, “trascorre intere serate a dipingere sui pannelli i testi in tre lingue assieme a Miedinger e

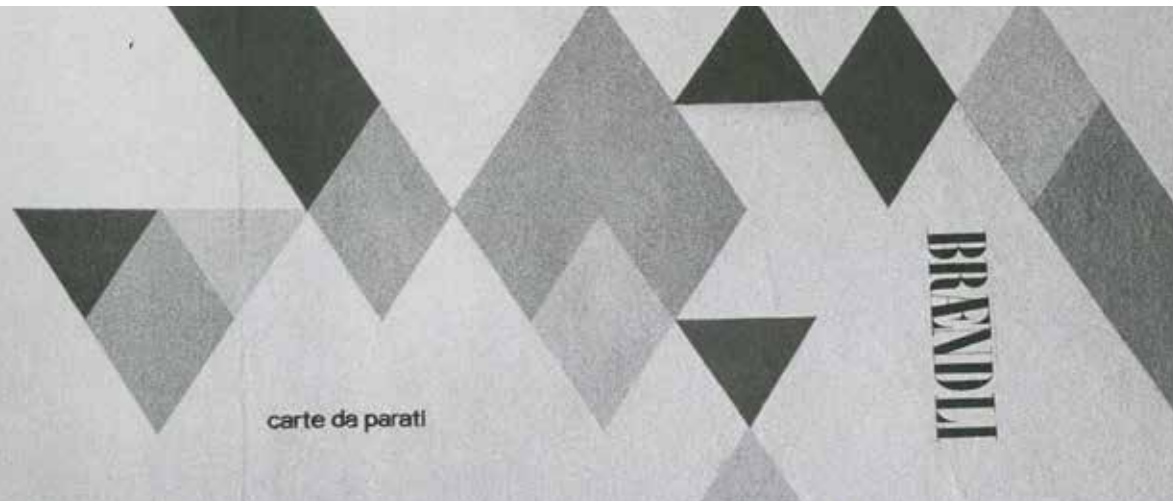
Schulthess.” Di questo suo coinvolgimento per la Fiera di Zurigo non rimangono tracce.

Milano e lo studio Boggeri, 1940-41
Bisogna passare alla sua prima esperienza milanese presso lo studio Boggeri, tra il 1940 e il 1941, per trovare dei documenti che si presentano più consistenti per individuare un suo primo lavoro in ambito espositivo. [...]. Per tornare al suo coinvolgimento nel progetto di spazi espositivi, nell'archivio Huber si trovano

due fotografie di un allestimento per un negozio Olivetti, certamente databile tra la fine degli anni '30 e la metà degli anni '40, dal momento che l'oggetto dell'esposizione è la macchina da scrivere Studio 42 [...]. Secondo testimonianze, provate da diverse lettere, in effetti Huber continua a collaborare con lo studio Boggeri anche dalla Svizzera per via epistolare, ma non ci sono documenti che comprovino questo suo progetto per l'Olivetti. Se comunque si dovesse dimostrare la

Impegno e vitalità nella Milano della ricostruzione, 1945-48

Ma è con il ritorno di Huber a Milano già nell'ottobre del 1945 che inizia la sua vera esperienza progettuale nel campo degli allestimenti. Naturalmente il contesto nel quale velocemente si ricollega non è più quello costretto e soffocato dal regime fascista, ma è il nuovo entusiasmante momento della ricostruzione fisica e civile del Paese, che esce da una grave disfatta con un forte e fiducioso spirito di rinascita democratica e culturale.[...]. È curioso osservare che le primissime esperienze praticate in questo periodo all'interno di uno spazio tridimensionale si realizzano, con impeto, quasi più velocemente dei lavori per la carta stampata. Si tratta di due interventi decorativo-pittorici realizzati entrambi nel 1946: la pittura murale nel dancing Sirenella a Milano e la decorazione murale per la presenza Braendli, produttore di carte da parati, alla prima mostra



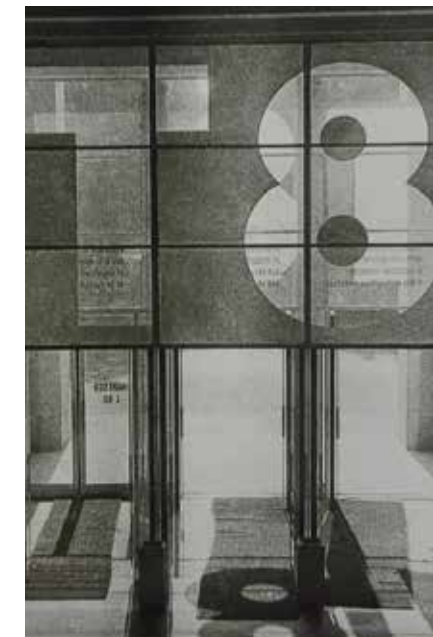
Braendli
murale, RIMA,
Palazzo dell'Arte,
Milano
1947

“In questi due interventi si fondono, nella ricerca di vitalizzare lo spazio inserendo elementi dinamici, le sue due più care e vissute passioni: la ricerca artistica e la musica jazz.”

RIMA (Riunione Italiana Mostre Arredamento) al Palazzo dell'Arte (la storica sede delle Triennali) sempre nel capoluogo lombardo. In questi due interventi si fondono, nella ricerca di vitalizzare lo spazio inserendo elementi dinamici, le sue due più care e vissute passioni: la ricerca artistica e la musica jazz. Geometrie ritmiche e dinamiche, come riflessi caleidoscopici e fuochi d'artificio, ma anche come rullate di tamburi e fraseggi di trombe jazz, sono la sua idea di vitalità per un luogo dello swing e del ballo per i giovani, e per un fondale di richiamo per un piccolo angolo espositivo commerciale. Nello stesso anno partecipa alla realizzazione di due allestimenti dedicati ai temi politici della resistenza, ai quali è ideologicamente molto legato. Con Remo Muratore progetta una mostra sulla Resistenza e con Paolo Grassi (tra i fondatori del Piccolo Teatro di Milano) realizza una mostra sostenuta del giornale socialista Avanti intitolata “Il socialismo vivrà”. Mentre del primo progetto purtroppo non si ha traccia nell'archivio Huber, del secondo si conservano alcune immagini che fanno supporre che in questo caso l'intero progetto dell'allestimento sia opera dello stesso Huber. [...]. Tra il 1946 e il 1947 inizia a lavorare a due grandi progetti che lo introdurranno in maniera importante nel quadro della ricerca moderna sia architettonica che

artistica nel rinato polo culturale milanese. Da una parte progetta con Steiner il coordinato grafico per la Vili Triennale del 1947, e quasi contemporaneamente dà avvio con Lanfranco Bombelli e Max Bill ai lavori per la mostra “Arte astratta e concreta” da tenersi nel Palazzo Reale di Milano.

“All'VIII Triennale, quella del '47, dove appunto ho iniziato a collaborare, - ricordava Huber - c'era tantissimo entusiasmo, perché era la prima Triennale dopo il fascismo”¹³. Come è risaputo, il progetto grafico della VIII Triennale viene affidato prima ad Albe Steiner, il quale disegna il marchio T8 e inizia anche a studiare alcuni documenti del coordinato d'immagine. Appena impostato il lavoro, Steiner parte per un lungo viaggio in Messico, quindi chiama l'amico e affiatato compagno di idee e di progetto, Max Huber, per affidargli il lavoro, già impostato da lui. Naturalmente Huber rispetta il lavoro di Steiner, ma lo sviluppa con alcune sue idee[...]. Ritornando all'esposizione generale, le immagini conservate ci mostrano una soluzione particolarmente riuscita nell'impaginazione del T8 nella



VIII Triennale di
Milano, Grafica per
esposizioni,
1947



griglia strutturale delle vetrate d'ingresso, dove la T e l'8 sono "bucati" (trasparenti) rispetto a un fondo opaco, creando così un gioco di "sfondamenti" e proiezioni di ombre molto dinamico. Per certi versi ricorda gli effetti fotografici che Huber ricerca in camera oscura sovrapponendo immagini, muovendo e proiettando ombre di oggetti, oppure anche i risultati grafici di quella tecnica, che contraddistinguerà molti dei lavori di quegli anni, basata sullo scorrimento fuori registro delle pellicole colore. È emozionante trovare nel suo archivio anche una sorta di reportage fotografico dei suoi lavori in mostra, dove anche nella tecnica di ripresa si dimostra particolarmente attento alla ricerca di un taglio fotografico. Abbiamo detto che dello stesso periodo è anche la mostra "Arte astratta e concreta" che vede Huber coinvolto principalmente come artista e in tal senso coinvolto anche nell'organizzazione dell'esposizione. "L'organizzazione, l'allestimento e la presentazione sono stati curati con notevole finezza Bombelli Tiravanti, con la collaborazione di Huber. [...] D'altra parte il linguaggio compositivo dell'allestimento si intreccia molto bene con i temi artistici proposti da buona parte degli artisti concretisti, soprattutto gli svizzeri come Biljll anche lo stesso Huber.

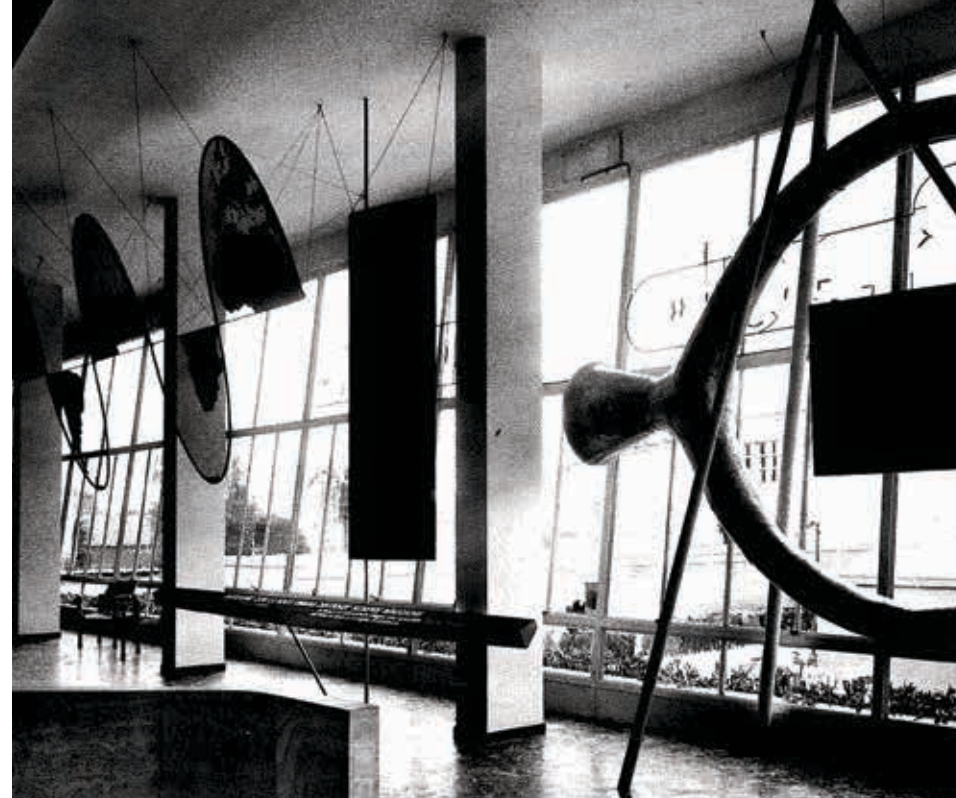
Max Huber
al padiglione
Rai,
1948

L'incontro con i fratelli Castiglioni

La prima realizzazione insieme è una sezione della XV Mostra Nazionale della Radio, curata complessivamente dai Castiglioni, i quali chiamano Huber per impaginare i pannelli comunicativi della zona dedicata al tema "Il giornale radio". L'anno successivo la felice collaborazione con i Castiglioni porta Huber a lavorare all'allestimento di una mostra sullo sviluppo della radio-diffusione in Italia all'interno del nuovo padiglione Rai (Radio Audizioni Italiane), progettato dagli stessi Castiglioni, alla XXVII Fiera di Milano, e quasi contemporaneamente all'allestimento generale della XVI Mostra Nazionale della Radio e Televisione presso il Palazzo dell'Arte di Milano.[...] Il progetto dell'allestimento appare leggero, asciutto, dinamico, tutto giocato sull'effetto che doveva leggersi dalla grande "vetrina" del piano superiore che si affacciava sugli spazi pubblici della fiera. Raccontava Castiglioni che quando Carboni (Erberto Carboni, già noto progettista sia di allestimenti che di coordinati grafici n.d.r.) vide il progetto, da una parte lo apprezzò, ma d'altra si preoccupò che potesse costare troppo poco e per questo suggerì di aggiungere un qualcosa di più scenografico; nacque

“Un effetto visivo surreale e coinvolgente che ricorda alcune ipnotiche atmosfere cinematografiche alla Hitchcock”.

così l'idea di inserire la riproduzione del corno di Alessandro Magno, testimonianza del primo tentativo dell'uomo di abbattere le distanze con la propria voce. [...] In questo caso si potrebbe dire che Huber sta al gioco dei Castiglioni e di Carboni e si ritaglia alcuni angoli di carattere prevalentemente grafico, come il pannello posto all'ingresso, che diventa una sorta di manifesto pubblicitario dell'occasione, tanto che si ritrova anche nel foyer del primo piano, sul quale compare un affascinante viso di donna, come di una cantante con la bocca socchiusa, dalla quale si espandono delle onde concentriche, con un effetto a spirale, dove al centro spicca il celebre logo Rai, disegnato da Carboni. Un effetto visivo surreale e coinvolgente che ricorda alcune ipnotiche atmosfere cinematografiche alla Hitchcock. Più forte, in termini di intreccio progettuale della parte grafica con quella architettonica, risulta l'allestimento dei Castiglioni e di Huber per lo scalone d'onore del Palazzo dell'Arte per presentare le trasmissioni radiofoniche. La caduta "libera" dall'altissimo soffitto di strisce di pannelli grafici e fotografici bifacciali, che come pilastri bidimensionali intercettano a diverse quote e posizioni lo scalone[...] Nel 1954 Huber si trova coinvolto in una collaborazione molto interessante con



Achille e Pier Giacomo Castiglioni con Max Huber e Erberto Carboni, Padiglione Rai, 1948

gli architetti Mollino, Campo e Graffi, per l'allestimento del padiglione Eni-Snam alla Fiera di Milano. Lo sviluppo fluido e dinamico del racconto espositivo caratterizzato dal linguaggio prorompente ed espressivo di Mollino e compagni, stimola Huber a farsi interprete di questo gioco complesso di griglie strutturali, di frammenti e collage. Ciò dà vita a un intersecarsi di elementi grafici, fotografici, luminosi, che più che un linguaggio costruttivista, suggerisce l'idea di un prototipo antesignano di assemblaggio decostruttivista. Anche la linea luminosa dall'andamento spezzato realizzata con tubi di neon sembrerebbe essere una delle prime sperimentazioni di Huber, interessato al disegno artistico delle linee di luce, in seguito riprese[...].

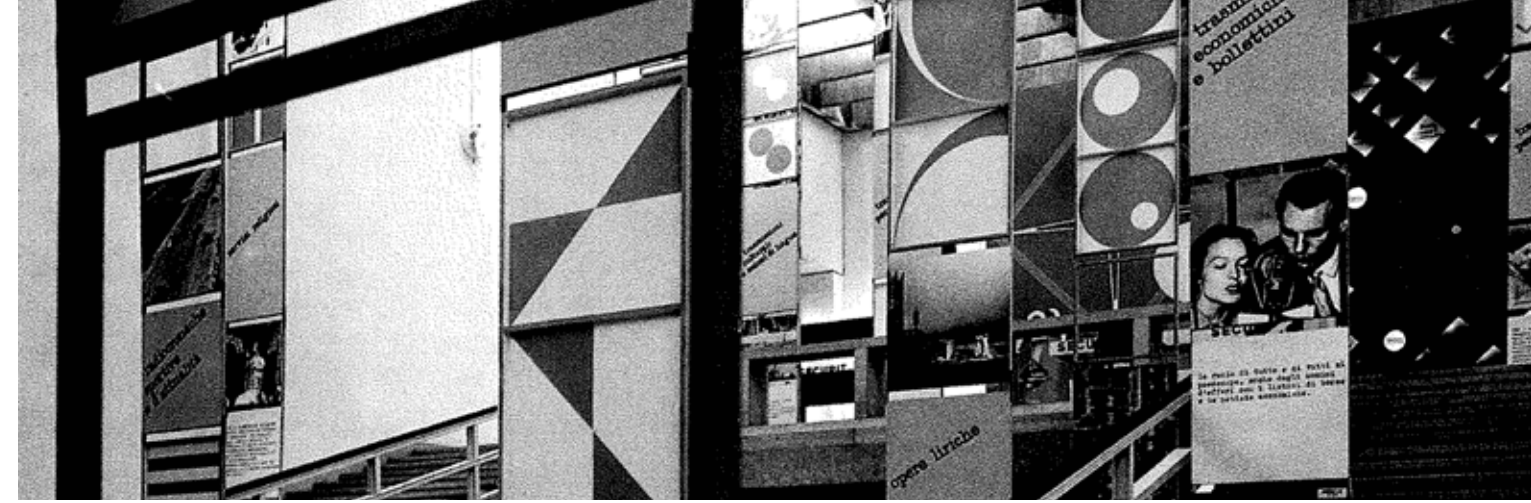
Elementi aerei, fuori registro, ombre cinesi, slittamenti, 1955-58

Nel 1955 riprende la collaborazione con i Castiglioni in occasione del progetto per il padiglione Eni alla Mostra internazionale del petrolio di Napoli. In diverse parti di questo progetto si può cogliere la mano di Huber, a partire dal traliccio comunicativo posto all'esterno del padiglione, certamente opera dei Castiglioni, che tuttavia suggerisce, come composizione di elementi aerei, un montaggio

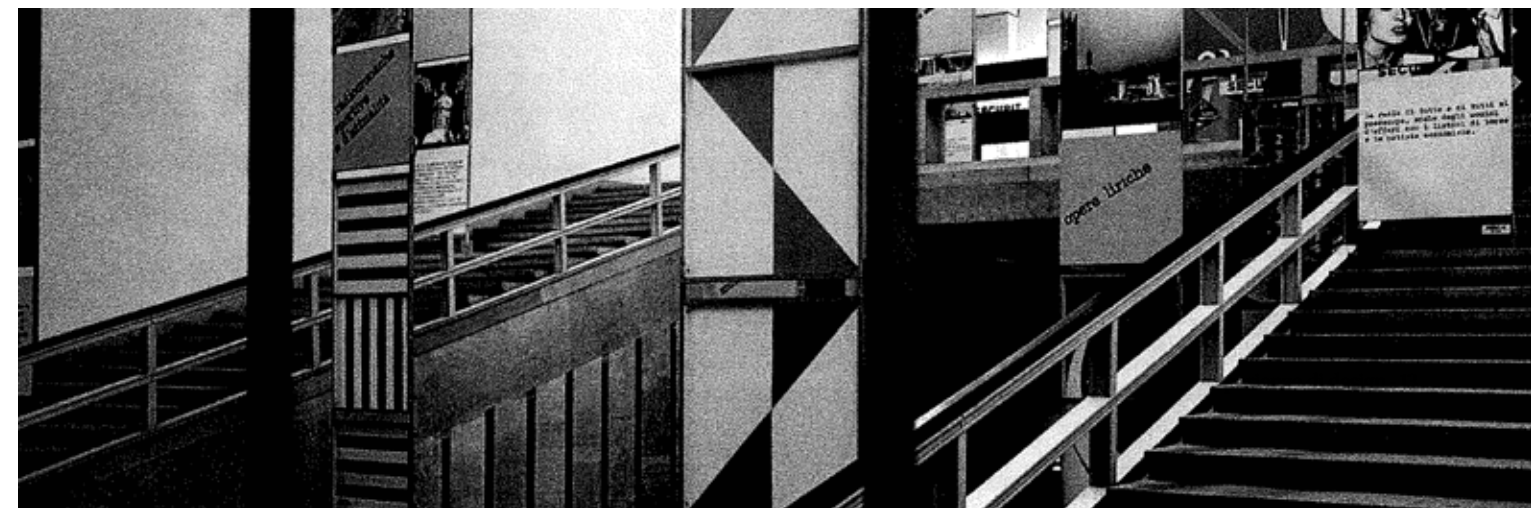


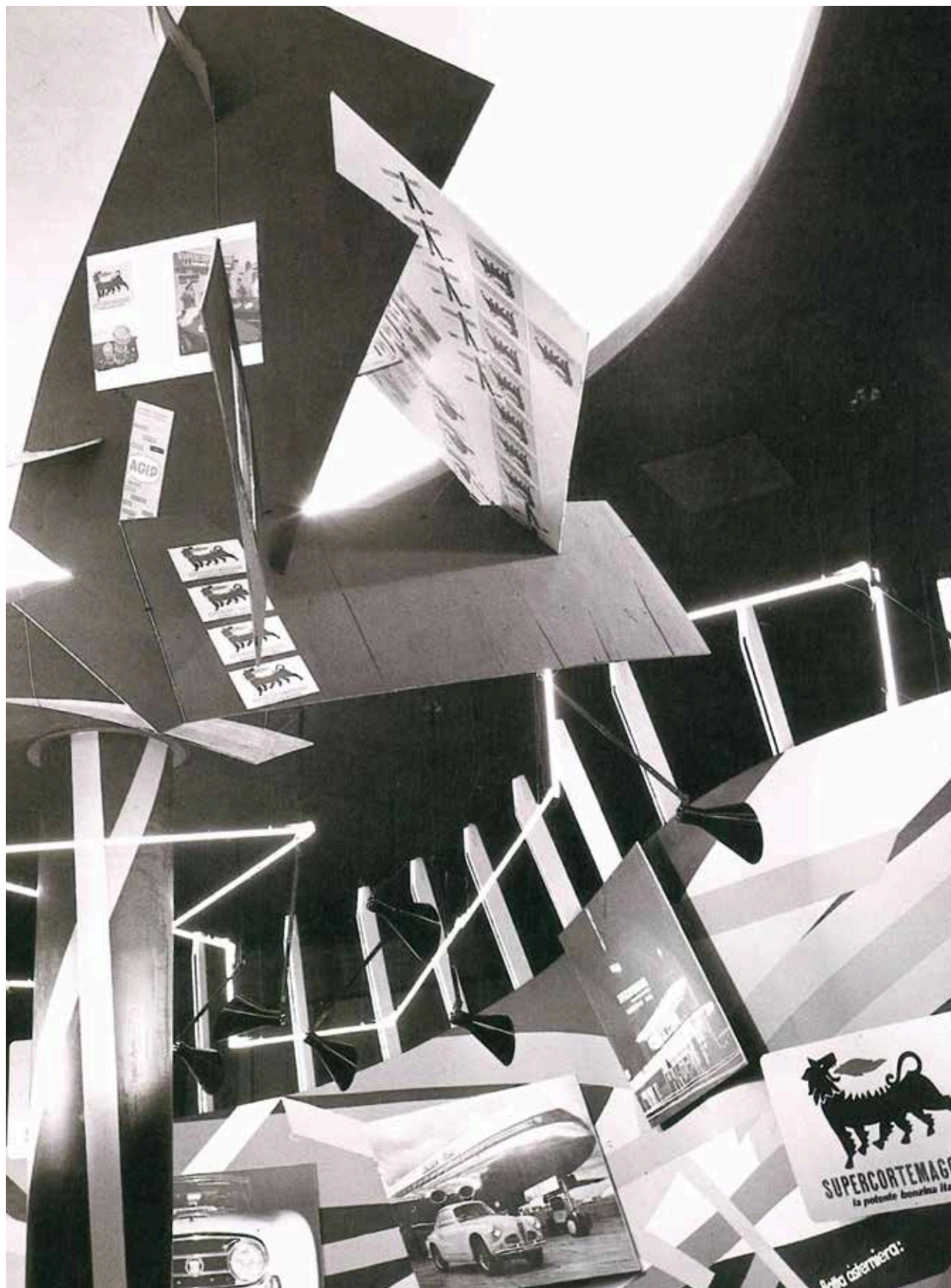
Achille e Pier Giacomo Castiglioni con Max Huber, XVI Mostra Nazionale Radio, 1949

grafico molto affine alla ricerca spaziale di Huber. D'altra parte il modo di lavorare dei Castiglioni insieme a Huber è molto stretto e partecipativo. All'interno, oltre al magnifico gioco di ombre cinesi sulle pareti retro illuminate creato dai Castiglioni, si segnalano alcuni grandi fondali fotografici, realizzati da Huber con una grande abilità compositiva di immagini ottenute per sovrapposizioni fotografiche (secondo la migliore scuola di elaborazione fotografica oggettiva), e



alcuni fondali grafici dove la sua ricerca sulla intersezione di figure geometriche pure (cerchi, quadrati) esprime la sua continuità nella pura ricerca artistica[...]. Del 1956 è la sala Imballaggio al padiglione ANIIGCT (Associazione Nazionale Italiana Industrie Grafiche Cartotecniche e Trasformatrici) presente alla XXXIV Fiera di Milano. I Castiglioni in questo caso lavorano con particolare chiarezza su due livelli di comunicazione: il primo, dal piano di calpestio ad altezza d'uomo, dove setti verticali in compensato di legno naturale articolano liberamente il grande spazio aperto; il secondo a un livello superiore, sospeso sul primo, giocato su un articolato sistema di pannelli luminosi: grandi diffusori costituiti da un anello di carta bianca teso agli estremi tra due tubi fluorescenti. Huber interpreta con grande attenzione questo elegante gioco di setti luminosi e opachi (ortogonali i primi, più variabili i secondi) e interviene con nitide





soluzioni grafiche usando grandi lettere, a corpo pieno sui pannelli in legno e con leggeri disegni di costruzione grafica delle lettere maiuscole, sui diffusori luminosi. Nello stesso anno, sempre con i Castiglioni, partecipa all'allestimento della XXII Mostra della radio e della televisione al Palazzo dello Sport di Milano. Un coinvolgimento molto forte della grafica di Huber viene richiesto sempre dai Castiglioni per il rivestimento della copertura a gradoni, da loro progettata per il padiglione Eni alla XXXVI Fiera di Milano del 1958. In questo caso il tema era realizzare una grande facciata comunicativa dell'azienda lavorando su un prospetto gradonato e quindi giocare sullo sfalsamento continuo dell'immagine a secondo del punto di vista. Solo dalla distanza di 4 m sull'ingresso era possibile ricostruire la corretta leggibilità della composizione grafica di facciata. Altrimenti un continuo slittare delle fasce d'alzata corrispondenti a ciascun gradone determinava una percezione astratta e dinamica dei segni comunicativi.

Franco Campo e Carlo Graffi con Max Huber, Padiglione Eni-Snam, Fiera di Milano, 1954

Estetica “flipper”, fuori scala, effetti technicolor, il gioco del revival, 1959-60

Dello stesso anno è un altro gioco pirotecnico inventato da Huber in perfetta sintonia con lo spirito goliardico dei Castiglioni. Per lo stand Rai alla XXIV Mostra Nazionale della Radio e Televisione al Palazzo dello Sport di Milano, avendo come tema espositivo il nuovo servizio della filodiffusione radiofonica, Huber, per i Castiglioni, disegna una lunga facciata (25 metri) decorata come un enorme flipper. L'impatto visivo è forte e il messaggio arriva immediato, quasi spregiudicato.[...] Nel 1959 sono ben quattro gli allestimenti dei Castiglioni ai quali partecipa Max Huber come progettista grafico. [...]

Dello stesso anno è anche uno dei capolavori creati dai Castiglioni insieme a Huber, la sala delle vernici al padiglione Montecatini della XXXVII Fiera di Milano. Si può dire che in questo caso i Castiglioni preparano le pagine bianche, o per meglio dire trasparenti, per consentire a Huber di impaginare un manuale del colore [...]. Ma se il bianco è il colore dato alla sala contenitrice lasciata completamente libera, al suo interno fluttua un allestimento totalmente smaterializzato costituito da una sequenza di quinte formate ognuna da 4 lastre di cristallo temperato, inserite su minime basi a pavimento e tenute in equilibrio da particolari morsetti uniti da cavi metallici ancorati alle pareti. Sulla prima delle 6

quinte si legge la grande scritta “VERNICI”, che diventa il titolo della mostra. Seguono le diverse gamme di vernici Duco, che Huber, con un efficace effetto technicolor, presenta con continui giochi grafici di forme e colori, che gioiosamente si fondono e si incrociano per effetto della trasparenza dei pannelli di supporto.

Del 1959 è anche un altro progetto, il chiosco birreria Splügen Bräu alla Fiera di Milano, che si lega a un'importante realizzazione del 1960, la birreria-ristorante Splügen Bräu in corso Europa a Milano. In entrambe i casi il lavoro di Huber è quello di giocare, quasi di contrappunto, sui “fraseggi” vagamente stilistici elaborati ironicamente dai Castiglioni[...] in particolare nella birreria-ristorante di corso Europa si ha un risultato di grande valore che fa considerare questo spazio uno degli episodi più interessanti per il rinnovamento dell'architettura italiana a cavallo degli anni '50 e '60. Tra gli elementi che hanno contribuito a raggiungere questo risultato non si può non annoverare anche la grande insegna luminosa verticale posta all'esterno, disegnata da Max Huber[...].

Del 1960 è anche l'allestimento della sala Materie plastiche al padiglione Montecatini della XXXVIII Fiera di Milano, dove in questo caso Huber lavora insieme a G. Illiprandi in un incrocio di composizione comunicativa, tra scritte e oggetti esposti in vetrine aperte, disegnate, come l'allestimento, dai Castiglioni.

Achille, Pier Giacomo Castiglioni con Max Huber, Padiglione Montecatini, 1964



Dalla “parete grafica” al logo a scala urbana, 1961-63

Nel 1961, in occasione della grande esposizione Italia 61, che si tiene a Torino per celebrare i cento anni dell'Unità d'Italia, Huber viene invitato con alcuni dei più importanti grafici e artisti italiani del periodo a comporre una sua interpretazione visiva da porre in relazione al possente gioco di volumi metallici dell'allestimento generale progettato da Gio Ponti. Il suo compito è quello di introdurre il visitatore al padiglione dedicato alla “evoluzione della forma nella pubblicità”. Huber “impagina” le due facciate d'ingresso e di uscita con delle scelte decisamente archigrafiche. Da una parte lavora sulla griglia modulare dei pannelli di rivestimento progettati da Ponti e inserisce nei tagli verticali grandi pannelli grafici, che rispetto al piano inclinato del padiglione escono in aggetto come setti disposti ortogonalmente al piano di calpestio. Completa il disegno di facciata una lunga scritta luminosa “pubblicità” disposta verticalmente sul piano dell'asse inclinato, [...] L'altra facciata, se non fosse per la scritta 1961 e la vivace e ritmata composizione tipografica, quasi

Gio Ponti con
Max Huber,
Evoluzione della
forma nella
pubblicità.
Mostra Italia 61,
Torino, 1961



musicale, con la parola pubblicità ripetuta in cinque lingue, apparirebbe come una pura composizione artistica astratta fatta di luci e colori[...] La facciata si dilata tridimensionalmente grazie al gioco luminoso dei grandi piani aggettanti rispetto alla linea inclinata di facciata (questa volta disposti in senso orizzontale e paralleli al terreno) realizzati in tubi di neon colorati i quali si accendono con delle sequenze intermittenti. Non poca importanza viene data da Huber all'effetto di riflessi metallici che deriva dalle superfici in acciaio inossidabile “Enduro-Fiat”. [...]

Nel 1961 Huber cura per i Castiglioni la grafica del loro intervento d'ingresso al padiglione Montecatini alla Fiera di Milano, la Sala delle ricerche scientifiche. Il gioco di specchi, tipico dei Castiglioni, moltiplica un grande fotomontaggio (curato da Huber) sul quale si sommano le scritte prespaziate disposte sugli specchi: il tutto crea un effetto di dilatazione dello spazio con un andamento a raggiera, dove sembra che lo specchio a sinistra sia una vetrata, posta al centro di un grande scalone d'ingresso, e sulla quale sono state applicate delle scritte. Del 1962 si ricordano la sezione del polipropilene al padiglione Montecatini della XXXX Fiera di Milano, su progetto dei Castiglioni, dove si affianca a Huber il giovane Waibl, e l'allestimento dello stand Autovox al Salone dell'auto di Torino, sempre con i Castiglioni.

“Un segno così efficace a livello urbano nella città di Milano, che ben presto molte persone iniziano a chiamare questa catena di supermercati “esselunga”, un nome che in seguito diviene la denominazione ufficiale della società.”

Nello stesso anno molto significativa è anche la collaborazione con il designer industriale Rodolfo Bonetto per il disegno del quadrante dell'orologio-sveglia Sfericlock prodotto dalla Borletti, che vincerà il Compasso d'Oro nel 1964.[...]Huber vive una particolare esperienza archigrafica nel 1963 con la creazione dell'insegna dei grandi magazzini Supermarket, dove il logo da lui disegnato (1958-59) diventa un landmark di grande impatto, grazie allo studiato prolungamento della parte superiore della esse. . Un segno così efficace a livello urbano nella città di Milano, che ben presto molte persone iniziano a chiamare questa catena di supermercati “esselunga”, un nome che in seguito diviene la denominazione ufficiale della società.



UPERMARKET

Alla ricerca di un nuovo linguaggio narrativo, 1963-66

Tra il 1963 e 1964 Huber partecipa a due progetti di allestimento dei Castiglioni che rimangono tra le pietre miliari della storia delle architetture a funzione espositiva [...]. Si tratta dei progetti, per la mostra "Vie d'acqua da Milano al mare" al Palazzo Reale di Milano nel 1963 e per l'allestimento del padiglione Montecatini intitolato "Gli Sviluppi dell'industria petrolchimica attraverso la storia della goccia di petrolio" alla XLII Fiera di Milano del 1964. È curioso notare che si tratta di esposizioni, l'una a carattere culturale e l'altra a funzione commerciale, per le quali viene adottato lo stesso modello comunicativo. "Sia la mostra Vie d'acqua da Milano al mare - scrivevano i Castiglioni - che l'allestimen-

to del padiglione Montecatini del 1964 avevano in comune un problema: quello di mostrare al pubblico un'idea: stabilire cioè con l'osservatore un contatto capace di suscitare un'impressione il più precisa possibile[...].

Del 1964 è anche l'allestimento dei Castiglioni per il padiglione Rai alla XLII Fiera di Milano dove a Huber vengono messi a disposizione tutti i muri perimetrali del padiglione, dipinti di bianco per esercitare la sua magistrale sensibilità archigrafica nel permeare queste superfici con gigantesche scritte, di diverse tonalità di grigio, dedicate al tema dell'anno, "Dieci anni di televisione in Italia [...].

Sempre nello stesso anno, per lo stand Autovox, progettato con i Castiglioni, alla XXX Mostra Nazionale della Radio e Televisione al Palazzo dello Sport di Milano. Un grande piano inclinato, sotto il quale sono gli uffici dello stand, diventa, su progetto dei Castiglioni, una strada sulla quale corrono delle vetture ridotte a uno scheletro a cui si attaccano pochi elementi e per la quale la scritta diventa una sorta di segnaletica stradale come le strisce pedonali.

Del 1966; è il padiglione Montecatini, allestimento della mostra "Chimica: agricoltura più ricca" a progetto dei Castiglioni, grafica di Huber. "Lavoro di équipe, coerenza cromatica, niente grafica fine a se stessa, intervento calibrato, attenzione soli all'Inserzione precisa, insopprimibi-

le" commenta a proposito della grafica di questo allestimento Huber, in Design Italia di quell'anno.

"Del cartellone esterno ho fatto a meno, quindi niente visione di stabilimenti chimici e campi ubertosi: mi sono limitato per tanto solo a un titolo". Per l'interno, scartati i consueti pannelli didascalici, ho preferito che i titoli delle varie sale venissero 'Appesi alle pareti stesse[...]. Nel 1967 si ritorna al padiglione Montecatini con i fratelli Castiglioni, per la mostra "Chimica = un domani + sicuro", e si ha un altro capolavoro nel campo degli allestimenti, per certi versi la summa di tutto il lavoro che i Castiglioni hanno sperimentato in quindici anni

all'interno del padiglione Montecatini. Dopo aver raggiunto un raffinato e innovativo risultato espositivo con una narrazione episodica a continuo effetto straniante, i Castiglioni sentono il bisogno di azzerare la complessità del racconto e giocano sulla negazione dello spazio costruito e sul continuo svelamento delle ambiguità dello spazio scenico. Il padiglione si svuota e appare in tutta la sua dilatazione, accentuato da un riverberante bianco lucido su tutte le pareti, pavimento e soffitto compresi. Ma, come sempre, c'è un trucco: il soffitto molto ribassato, appena due metri dal suolo, oltre ad accentuare l'effetto di dilatazione dello spazio, ingloba dei grandi sfondati

sul soffitto, come delle scatole svuotate. Qui, in queste stanze appese, Huber interviene magistralmente con ipnotiche raffigurazioni colorate su un fondo scuro, tutte perfettamente tematizzate: una gigantesca figura anatomica esprime l'idea dell'uomo del futuro come una possibile macchina perfetta, frecce e colori conducono ad osservare i progetti dei trasporti innovati dall'apporto della chimica[...]. La ricerca di Huber per una trasposizione

"Del cartellone esterno ho fatto a meno, quindi niente visione di stabilimenti chimici e campi ubertosi: mi sono limitato per tanto solo a un titolo"

tridimensionale del suo linguaggio grafico (ma anche, ricordiamoci, artistico), trova una particolare occasione per esprimersi nella collaborazione al progetto dei Castiglioni per il negozio Omega in piazza del

Duomo a Milano, realizzato nel 1968. In questo ambito [...] per Huber diventa particolarmente significativa l'opportunità di disegnare un orologio-scultura in alluminio (con numeri digitali luminosi) di grande dimensione a scala urbana. L'oggetto in questione si presenta come un gioco a intersezioni di sfere e dischi, dove il disegno bidimensionale dei tracciati, riferiti alla grafica del quadrante analogico, si sviluppa in un movimento a spirale pensato come elemento attrattivo per il passante, il quale ne trova il suo fulcro nella semisfera dove è inserita la scritta digitale. Sempre nel 1968 Huber lavora ancora una volta, l'ultima, insieme ai Castiglioni per il padiglione Montecatini

ni-Edison alla Fiera di Milano. L'apporto più significativo è la scritta a spirale, posta sul grande pannello d'ingresso, che riporta il titolo della mostra di quell'anno, "La chimica ci veste".

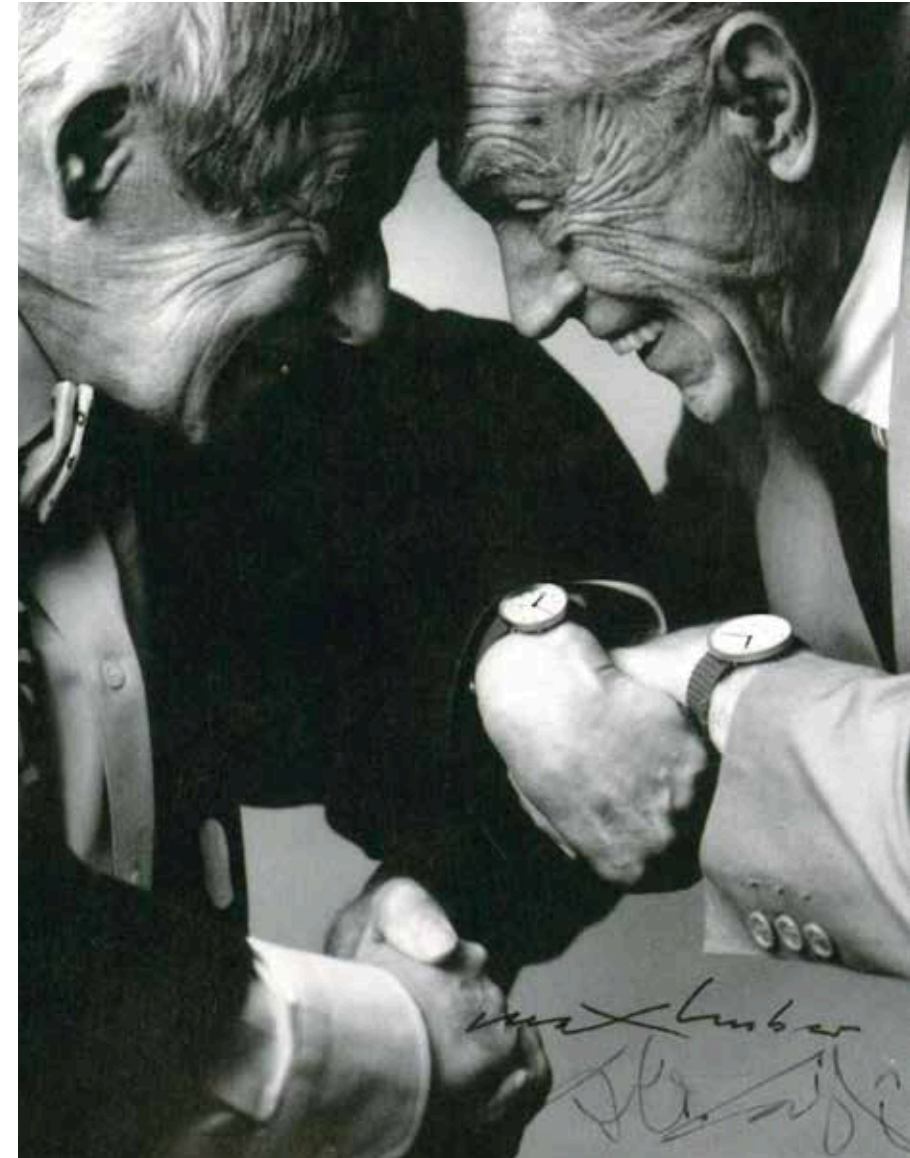
L'ultimo intervento di Huber nell'ex padiglione Montecatini, divenuto nel frattempo gruppo Montedison, è nel 1969, insieme agli architetti Corsini e Wiskemann, per i quali Huber disegna un gigantesco affresco per la nuova facciata in doghe di alluminio che inscatola il vecchio edificio. Il tema della mostra, "L'uomo e la chimica", lo stimola a riempire questo enorme schermo di volti di bambini, di donne, di uomini, per lo più ridenti, trattati graficamente con il procedimento fotomeccanico, che fa divenire le immagini fotografiche dei puri segni grafici da poter restituire in diversi colori. Per l'interno a Huber viene dato l'incarico di progettare una scultura di luce, realizzata con dei neon colorati, che

“Ancora una volta Huber sente l'esigenza di portare la sua ricerca artistica dentro il processo della comunicazione. Una ricerca che si produrrà ancora in altre occasioni”

allude ai reticoli delle composizioni chimiche, e che posta al centro di una lunga rampa elicoidale diventa il fulcro intorno a cui gira l'esposizione. Ancora una volta Huber sente l'esigenza di portare la sua ricerca artistica dentro il processo della comunicazione. Una ricerca che si produrrà ancora in altre occasioni come la decorazione murale in alluminio nella scuola media di Gondola (1981), la linea di luce al neon, spezzata e multicolore, per lo stand Flos-Arteluce disegnato da Achille Castiglioni all'Euroluce del 1984, la scultura in alluminio alla sede centrale della Ticino Vita a Breganzona (1984), la parete decorativa in alluminio verniciata nella sede dell'Unione delle banche svizzere a Lugano (1988).

Dopo la morte di Pier Giacomo Castiglioni nel 1969, Huber ha occasione di collaborare ancora con Achille Castiglioni per tre grandi allestimenti del padiglione Italia alla Fiera di Ginevra nelle edizioni di Telecom '71, di Telecom '75 e di Telecom '77. Il lavoro di Huber per queste esposizioni appare corretto, efficiente, ma non mostra quel guizzo che contraddistingueva il suo segno dei lavori precedenti, d'altra parte anche l'allestimento di Castiglioni in questo caso risulta piuttosto frenato in rigoroso schema organizzativo.

Sebbene in ordine cronologico l'ultimo allestimento a cui partecipa Huber sia la mostra intitolata "Coincidenze", tenutasi nel 1991 al Castelgrande di Bellinzona, che costituisce ufficialmente l'ultima collaborazione tra Max (Huber) e Castiglioni, ci sembra più significativo ricordare come ultimo segno di commiato tra questi due grandi amici e progettisti, il disegno dell'orologio Record, realizzato per Alessi nel 1989. Cicci pensa a un orologio facile da leggere, con un ampio quadrante, e chiede a Max di riempirlo



Max sceglie la forma più basilca, con dei numeri grandi e ben leggibili. "Ne risulta - conclude Castiglioni - un orologio 'tutto quadrante di facile e immediata lettura, essenziale e basato sull'assioma più del togliere che dell'aggiungere."

*Stanislaus von Moos, "Max Huber",
Phaidon 2006*

Orologio Record,
Alessi,
1989



