Max Huber

a cura di

Oliviero Bonini
Riccardo Botto
Tommaso Genisi
Marco Gallo

Reviewers: Daniela Calabi
Cristina Boeri
Raffaella Bruno
Monica Fumagalli

Cover design and layout: Tommaso Genisi
Riccardo Botto

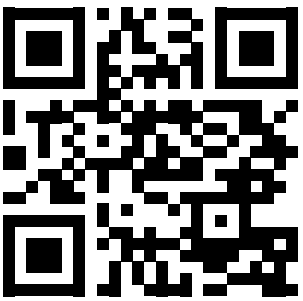
Software engineer: Oliviero Bonini

Presentation directors: Marco Gallo
Oliviero Bonini

Concept designers: Riccardo Botto
Marco Gallo

Production: Politecnico di Milano

Picture editor: Sebastiano Bagutti



DESIGNVERSO

SOMMARIO

SEZIONE PRIMA
A cura di Marco Gallo

Zurigo e gli anni della scuola svizzera 4

L'arrivo a Milano e lo studio Boggeri 8

SEZIONE SECONDA
A cura di Tommaso Genisi

La corporate identity dei grandi marchi 16

Le collaborazioni con l'industria 22

SEZIONE TERZA
A cura di Riccardo Botto

L'influenza della musica jazz nella musica di Huber 30

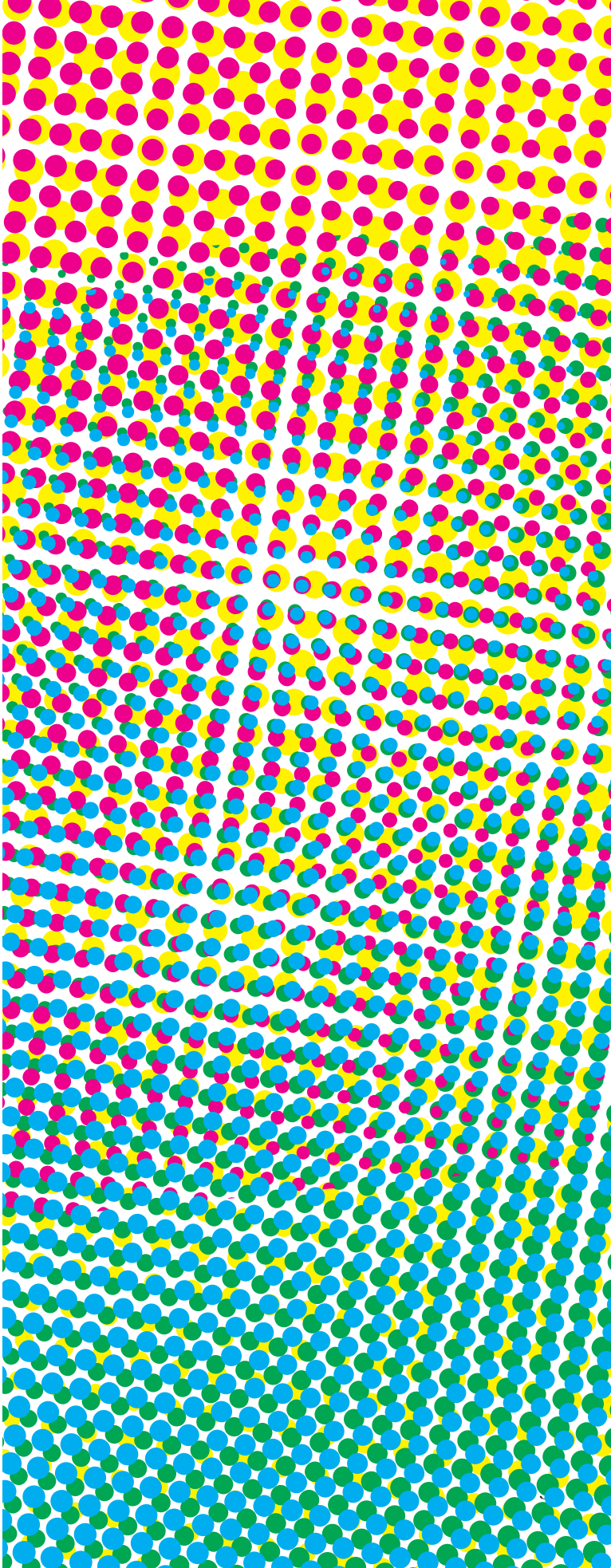
Gli eventi sportivi ed una nuova prospettiva 36

SEZIONE QUARTA
A cura di Oliviero Bonini

Impegno e vitalità nella Milano della ricostruzione 44

L'incontro e la collaborazione con i fratelli Castiglioni 52

Alla ricerca di un nuovo linguaggio narrativo 58



Sezione prima

a cura di Marco Gallo

"Nel 1917, in piena prima Guerra mondiale il parlamento elvetico decise di stanziare un credito speciale per le arti applicate. La misura intendeva aprire nuovi mercati all'economia svizzera"

Schweizer Pass
Passeport suisse
Passaporto svizzero
Passaport svizzer
Swiss passport

“Era uno splendido mix; aveva un incontenibile talento naturale e una mano da disegno impeccabile; possedeva il vivace candore dell’eterno bambino; era un vero prodotto della Scuola Svizzera”

Zurigo e gli anni della scuola svizzera

Uno sguardo più approfondito sull'opera di Huber porta inevitabilmente alla luce l'importanza del suo background svizzero. Dopo aver completato la formazione di grafico e fotografo a Zurigo, Huber lavorò per qualche mese a Milano presso lo studio Boggeri, nell'inverno del 1940-41. in seguito, nel 1945, terminata la guerra, decise di trasferirsi stabilmente a Milano dove il suo talento, la sua professionalità e il suo imegno lo resero "la figura di progettista più rilevante della prduzione grafica italiana" degli anni '50.
Zurigo e la grafica svizzera erano già noti a Milano nel 1936, anno in cui Max Bill aveva progettato la sezione svizzera della Triennale di Milano.
Dopo il 1945, le personalità più progressiste della cultura italiana intensificarono la ricerca di punti di contatto con un Modernismo non compromesso dall'eredità fascista, conducendo a una crescita dell'influenza di Zurigo.
Per il movimento modernista nel suo complesso Zurigo era un indirizzo importante, forse persino uno "dei primi siti della modernità", come scrisse nel 1936 Cornelius van Eesteren, l'architetto urbanista di Amsterdam. Questa posizione privilegiata derivava sia da una solida tradizione di precisione industriale, sia da una tendenza, tipica della città, di offrire accoglienza all'interno delle proprie mura a ospiti non convenzionali, purchè non ne disturbassero i cittadini. Durante la Prima guerra mondiale, per esempio, Zurigo accolse molti esuli, fra cui vari dadaisti e James Joyce, per non parlare di Lenin.
In seguito vi giunse anche El Lissitzkij, che nel 1925 curò il libro Kunst-Ismen, e nel 1928 l'importante mostra "Russland" presso lo Schweizerisches Landesmuseum, all'epoca sede

In cima alla pagina citazione da: Max Huber, Stanislaus von Moos, Mara Campana, Giampiero Bosoni, Phaidon, 2006
Nella pagina accanto: Max Huber, autoritratto, 1940

della Kunstgewerbeschule Zürich (Scuola di Arti applicate di Zurigo). Il dipartimento fotografico era stato fondato da Hans Finsler presso la scuola nel 1932, lo stesso anno in cui a Berlino il Bauhaus era stato costretto a chiudere i battenti, circostanza che contribuì a consolidare la reputazione della scuola come erede della tradizione del Bauhaus. Quando Huber, sedicenne, nel 1935 si iscrisse al corso propedeutico, la scuola si era apena trasferita nella nuova sede, un ampio edificio nello stile funzionalista della "Nuova Oggettività". La personalità più importande della scuola era all'epoca Alfred Willimann, scultore e progettista di caratteri tipografici, appena assunto da finsler per insegnare fotografia. Willimann era un docente affascinante, concontatti internazionali grazie alla sua partecipazone al gruppo parigino Abstraction-Création, che seppe instillare nei suoi studenti una fonte di ispirazione destinata ad accompagnarli per tutta la vita. Per Zurigo era un'epoca ricca di stimoli per il mondo dell'arte e del design. Nel periodo 1932-33 la città era già divenuta una sorta di stazione intermedia per diverse personalità del Bauhaus, chiuso dopo la presa di potere in Germania del regime nazional-socialista. Sigfried Giedon, lo storico dell'arte che dalla sua villa nella Doldertal coordinava il Congrès Internationaux d'Architecture Moderne (CIAM), chiamò a Zurigo l'architetto Marcel Breuer e il grafico Herbert Bayer, procurandogli anche incarichi di lavoro (sia Breuer che Bayer proseguirono successivamente per gli Stati Uniti, Breuer facendo tappa in Inghilterra). A sua volta Hans Girsberger iniziò a Zurigo la pubblicazone dell' OEvre complète di Le Corbusier, e nel 1940 l'architetto Alfred Roth pubblicò un manuale dal titolo Die neue Architektur, destinato a rimanere per anni il punto di riferimento per le pubblicazioni nel campo dell'architettura. Molti grafici tedeschi, come Walter Cyliax, Jan Tschichold e Anton Stankowski si erano trasferiti in Svizzera, dove, insieme a vari giovani colleghi svizzeri gettarono lo basi

Nella pagina accanto: lo Schweizerisches Landesmuseum, sede originaria della Scuola di Arti applicate di Zurigo

di quella che successivamente sarebbe stata battezzata la "scuola svizzera" della grafica. Huber cominciò la sua carriera nella scia di questo movimento di avanguardia, collaborando ad esempio con Emil Schulthess alla concezione del periodico mensile Du, pubblicato dalla casa editrice Conzett & Huber (l'omonimia è puramente casuale) e preparando servizi fotografici nello stile del suo amico Werner Bischof. Uno di questi reportage documenta la "Schweizerische Landesausstellung" (Esposizione nazionale svizzera) di Zurigo del 1939, un evento che pare averlo colmato di orgoglio ed entusiasmo. La formazione zurighese si rivelò di grande vantaggio, soprattutto a Milano, considerato che la città, centro di avanguardia artistica sin dai tempi di Marinetti, negli anni '30 e '40 non disponeva di una scuola di grafica e fotografia.

“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”

L’arrivo a Milano e lo studio Boggeri

Max Huber inizia a lavorare nel 1936, a 17 anni, e vive a Zurigo una intensa stagione. Entrare in contatto con l'esperienza dei maestri contemporanei, sia per conoscenza diretta - Max Bill, Hans Neuburg, Josef Mùller-Brockmann - che attraverso l'osservazione dei loro lavori - El Lisiskij, Moholy-Nagy ecc. - , lo spinge a cercare nuovi interlocutori: nel 1940 si presenta allo studio Boggeri di Milano, crocevia di un panorama internazionale che ha già al suo attivo molti giovani autori tra i più accorti, sia italiani sia provenienti da Svizzera e Germania, con cui inizia una immediata, intensa collaborazione.
Antonio Boggeri apre lo studio nel 1933 - lo chiuderà nel 1981 - provenendo da una formazione "sul campo" in qualità di direttore alla Alfieri & Lacroix, la maggior industria tipografica milanese, nonostante avesse studiato violino al Conservatorio di Milano, e la passione per la musica lo accomunerà a Huber fin dall'inizio della loro collaborazione. Dal 1924 al 1932, durante la sua attività alla tipografia Alfieri & Lacroix, Boggeri viene a contatto con pubblicazioni di autori quali Tschichold, Moholy-Nagy, El Lissitzkij e altri e quando nel 1933 apre lo studio, la sua visione della professione lo induce ad avvalersi di giovanissimi collaboratori soprattutto provenienti da esperienze internazionali, anche se resterà sempre unico titolare dell'attività e art director dello studio. Nel 1932 alla V Triennale di Milano conosce il lavoro di lmre Reiner, che affianca a Kate Bernhardt. Dal 1934 lo studio Boggeri inizia una collaborazione con Xanti Schawinsky, che sarà il primo vero artefice del rinnovamento dei linguaggi visivi in Italia, grazie alla padronanza dei procedimenti tecnici appresi al Bauhaus. Huber giunge allo studio Boggeri ventunenne, e nonostante

In cima alla pagina citazione da: Max Huber, Stanislaus von Moos, Mara Campana, Giampiero Bosoni, Phaidon, 2006
Nella pagina accanto: Milano, piazza Duomo angolo via Orefici, anni 60 ca.

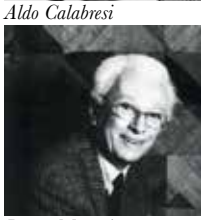
SAVARESE
VIA
OREFICI
SAFARI

Aldo Calabresi

Erberto Carboni

Fortunato Depero

Lora Lamm


Bruno Munari

Bob Noorda

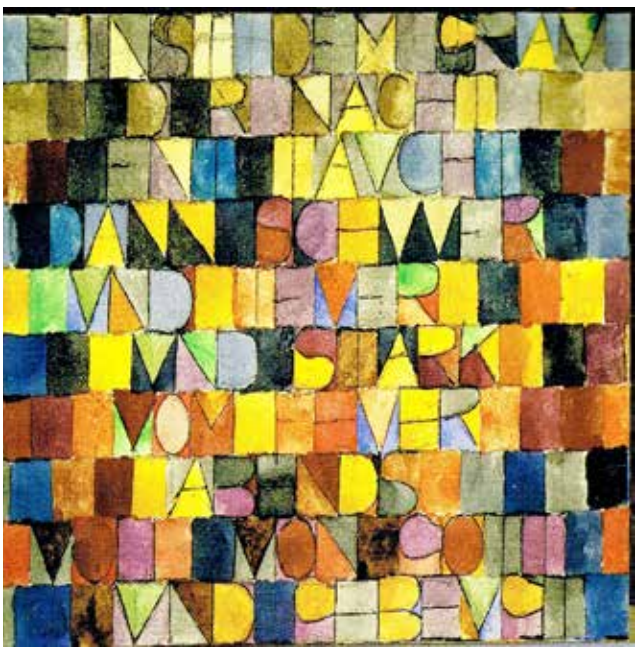
Albe Steiner

Heinz Waibl

la giovane età inizia ad imporre il suo talento creativo. Allo scoppio della Seconda guerra mondiale deve rientrare in Svizzera, ma al suo ritorno, nel 1945, diviene forse il più decisivo collaboratore di Boggeri, e certo colui che preciserà il linguaggio dello studio, grazie anche agli insegnamenti di Williman a Zurigo.
Dallo studio passeranno poi decine di autori che contribuiranno al successo dello studio e alla crescita intellettuale di Huber: Bonini, Calabresi, Carboni, De Pero, Fluckinger, Grignani, lliprandi, Lamm, Maggs, Mari, Milani, Monguzzi, Munari, Muratore, Neuburg, Nizzoli, Noorda, Osterwalder, Ricas, Sambonet, Steinberg, Steiner, Vivarelli, Waibl e altri ancora.
Con alcuni di questi autori lo studio Boggeri realizza celebrati progetti editoriali come foto-tipo (Boggeri e Huber), Dimensioni (con gli architetti Banfi, Belgiojoso e Peressutti), Tipografia-Arte costruttiva Architettura e Foto-tipo-grafica (con Max Bill), decisivi nel dibattito sulla cultura del progetto in Italia. A questi va aggiunto il rifacimento della rivista di architettura Domus, su richiesta di Gio Ponti, che da quel momento, grazie anche alla nuova veste grafica, diviene una delle maggiori riviste internazionali di architettura e design.
In Europa - Svizzera, Francia e Italia soprattutto - la diaspora del Bauhaus rappresenta una grande occasione di presa di coscienza dei nuovi fondamenti della cultura del progetto; al Bauhaus nascono letteralmente alcune discipline

Nella pagina accanto, in alto: 10 designers from milan, designer sconosciuto, manifesto per mostra
Nella pagina accanto, in basso: Arte astratta e concreta, max huber, manifesto per mostra, 1947, 700 x 1000 mm

- fotografia, design del prodotto - e altrettanto, grazie a Kandinskij e Klee, la pittura trova nuova energia, dato il naturale esaurimento della spinta propulsiva delle avanguardie storiche. Gli allievi che, dopo la chiusura della scuola nel 1933, collaborano con lo studio Boggeri - lmre Reiner, Kate Bernhardt e Xanti Schawinsky - trasmettono un metodo che affascinerà gli altri giovani collaboratori, ma che soprattutto segnerà la legittimazione delle intuizioni e delle pratiche di molti artisti e autori già attivi anche in Italia, producendo profonde conseguenze sia sul design sia sulla fotografia.
Huber, tra il 1942 e il 1944, durante il suo breve ritorno in patria, frequenta i membri dell' "Allianz" Vereiningung moderner Schweizer a Zurigo (in gran parte artisti che espongono a Parigi e New York e, dopo il 1945, anche in Italia) e nel 1942 alla Kunsthaus partecipa alla mostra "abstrakt+konkret"; date le premesse, la mostra sull'arte astratta e concreta che Huber organizza a Milano nel 1947 a Palazzo Reale in collaborazione con Max Bill e Lanfranco Bombelli, mostra che suscita irrisione in molti settori della cultura conservatrice, non rappresenta che una conferma della esperienza culturale fin lì maturata in tutta Europa.
Huber sperimenta sia in ambito fotografico che sul piano della ricerca visiva e cromatica per tutto l'arco della sua vita; la sperimentazione fotografica però si trasforma rapidamente in uno strumento utile alla progettazione professionale.
Dalla seconda metà degli anni '30 lo studio Boggeri diviene il centro di una scena che vede protagonisti i giovani più energicamente impegnati nella ridefinizione di una attività fino ad allora praticata da artisti, architetti, illustratori o tipografi. La sfida consisteva nel superare l'arbitrio estetico per giungere a conferire legittimità e autorevolezza alla professione del progettista. E a livello internazionale lo studio acquista visibilità, quando Antonio Boggeri inizia ad essere invitato dall'AGI, Alliance Graphique



In alto: Lettering, from "Grafika: Modern Design for Advertising and Printing", Imhre Reiner, 1947
A sinistra: Several Circles, Wassily Kandinsky, 1926
A destra: Einst dem Grau der Nacht enttaucht, Paul Klee, 1918
Nella pagina accanto: link a m.a.x. museo, centro culturale chiasso

Internazionale, a convegni che sono occasione di confronto con autorevoli professionisti del settore: nel 1951 a Parigi, nel 1956 a Londra, nel 1957 a Losanna e nel 1961 a Milano.
Milano rappresenta per Huber il potenziale luogo d'elezione e lo studio Boggeri il crogiuolo in cui può avvenire l'incontro tra illustrazione, pittura, fotografia, tipografia e tra cui la grafica, disciplina in divenire, può operare una sintesi originale. Max viene in contatto non solo con i maggiori esponenti nel campo della grafica, ma anche con artisti e intellettuali d'avanguardia.
La curiosità intellettuale di Huber sarà il motore di rapporti professionali decisivi e duraturi; con una formazione da "tecnico", comprenderà la necessità di attribuire finalità e senso alle già solide competenze. La tipografia e la fotografia che ha conosciuto da studente a Zurigo (è stato compagno di corso del fotografo Werner Bishof), hanno a Milano la possibilità di trasformarsi in comunicazione visiva, e di assumere un valore che muta l'estetica in etica, al servizio della chiarezza del messaggio.
La specialissima situazione dello studio e la fine intelligenza di Antonio Boggeri - in contatto fin dal 1935 con Bayer, Breuer, Gropius e Moholy-Nagy - benché l'Italia viva un periodo storico in cui non è possibile il confronto con esperienze internazionali in nome di una presunta autosufficienza culturale (niente letteratura inglese o statunitense, niente arte astratta o musica jazz, considerate manifestazioni degenerate delle arti nobili), consente a Huber di confrontarsi con coetanei altrettanto entusiasti, non più allievo ma protagonista di un cambiamento che già si annuncia inarrestabile.

Sezione seconda

a cura di Tommaso Genisi

Lo storico britannico Eric J.E. Hobsbawm, nel suo celebre volume "Age of extremes", The short twentieth century, ha definito il secondo dopoguerra una nuova «età dell'oro», mettendo in evidenza che si trattò di anni di «straordinaria crescita economica e di trasformazione sociale, che probabilmente hanno modificato la società umana più profondamente di qualunque altro periodo di analoga brevità»

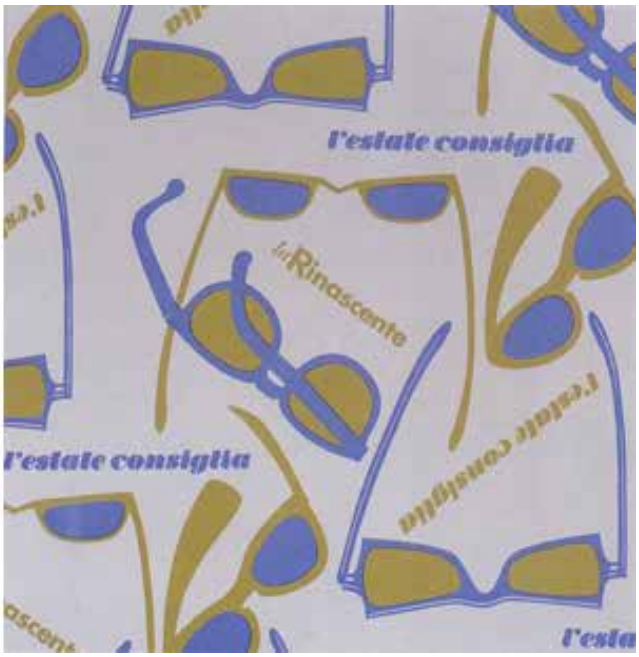
-Un giorno l'architetto Pagani mi domandò:
"Max mi fai un marchio?" e iniziò così la mia collaborazione
con la Rinascente, che era allora in costruzione.-

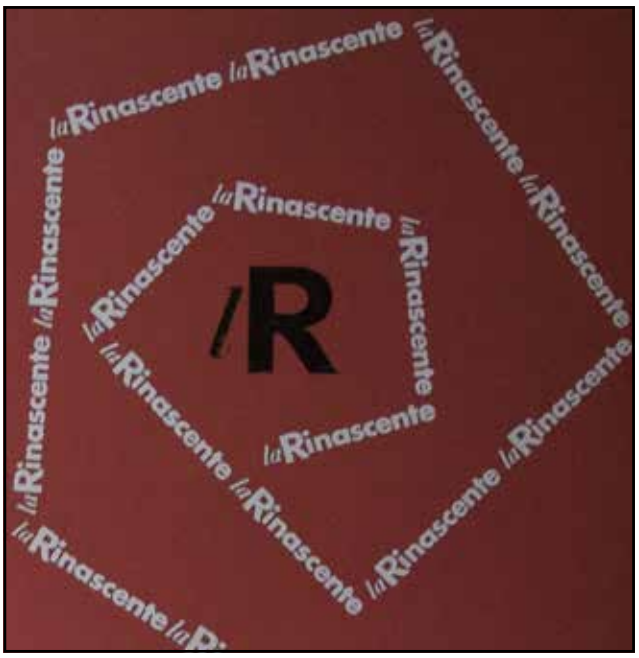
La corporate identity dei grandi marchi

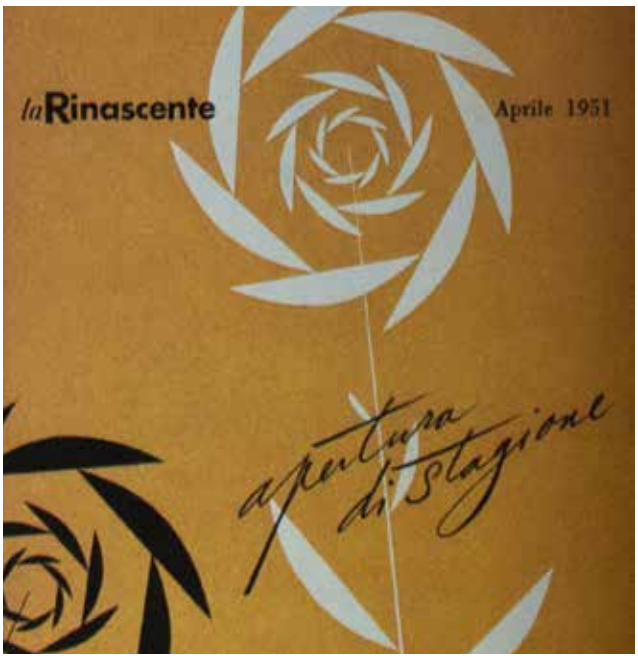
Huber si cimentò anche e soprattutto nell'ambito della corporate e della visual identity, con risultati all'altezza della sua fama. Il primo grande progetto di immagine coordinata fu quello per la catena di grandi magazzini La Rinascente, azienda che deve il proprio nome a Gabriele D'Annunzio, da sempre 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 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 auna 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 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 scontornate vengono sovrapposte a campiture piatte che ne compromettono la visibilità riducendole a pura forma.
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

Sopra in corsivo: "Intervista a Max Huber", stesura da nastro, 6 Novembre 1981, archivio Brustio-La Rinascente, Università commerciale Luigi Bocconi
Nella pagina a lato: poster realizzato da Max Huber per La Rinascente.

la Rinascente
la Rinascente
piazza del duomo milano







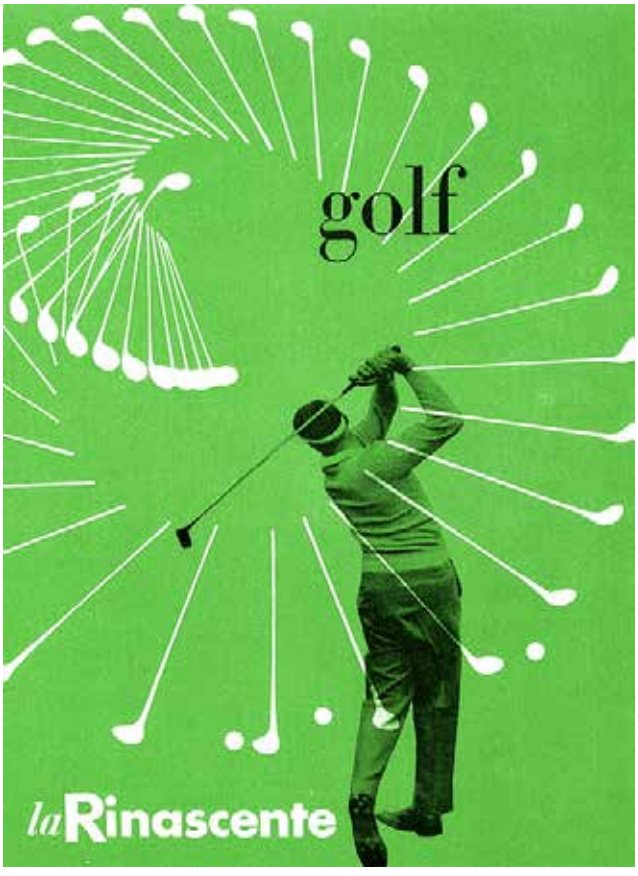
delle macchine da stampa.
I vari stampati sono declinati con grande creatività, l'unico elemento che si ripete è il marchio che può essere inserito all'interno di una spirale, reiterato fi no a costituire una texture o posto in sovrastampa su altre immagini.

Nella pagina a fianco: quattro pattern creati da Huber utilizzando la tecnica della disposizione a spirale sia degli elementi figurativi che del logotipo de La Rinascente.
In questa pagina, in alto: pattern realizzato tramite la spiralizzazione del logo e del logotipo de La Rinascente; in basso, a sinistra: il logo realizzato da Huber nel 1950 per i grandi magazzini La Rinascente, a destra: il logo ideato per le tipografie Nava risalente al 1961.

Sopra: poster pubblicitario "Per l'estate di tutti" realizzato da Huber nel 1954. Nella pagina a fianco, da sinistra: rispettivamente la copertina di un magazine pubblicitario e una brochure, entrambi disegnati da Huber per La Rinascente per le collezioni 1951 e 1955.

La Rinascente rappresenta, nel panorama delle attivita progettuali di Huber, il primo grande progetto complesso. Non che non avesse già in passato intrapreso progetti di identità aziendale, ma sia la quantità sia le tipologie dei prodotti e la periodicità ravvicinata delle comunicazioni lo costringono ad una velocità progettuale che anticipa ciò che avverrà di lì a breve tempo all'interno delle agenzie di comunicazione.
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 pubblicita dal 1950 al 1954, promotore insieme a Carlo Pagani, coordinatore interno della comunicazione, del premio e della mostra "Compasso d'oro Per I' estetica del prodotto" utile a valorizzare le qualità estetiche degli oggetti quotidiani e il sempre più decisivo ruolo dei designer nonchè 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 clinte; si tratta, insomma, di non ripetersi ma di identificare
La Rinascente in ogni variante deIle proposte merceologiche e egli 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. È sempre una texture che rappresenta l'azienda, a suggerire 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 e riducono la riconoscibilità del soggetto a pura forma e costruiscono il ritmo della pagina.



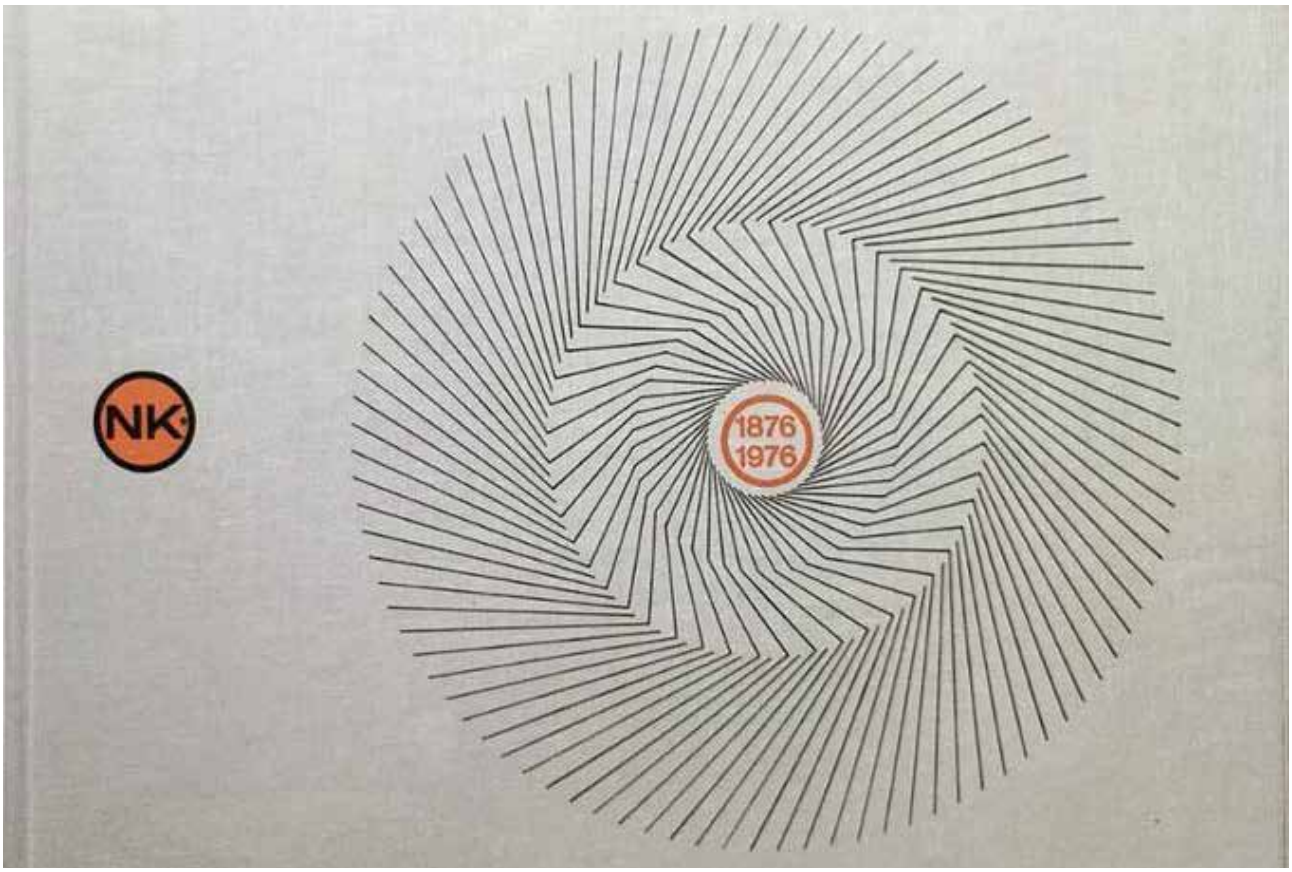
"Mi interessava sempre l'arte astratta così provavo con fotogrammi e forme geometriche semplici delle composizioni."

Le collaborazioni con l'industria

L.a ripresa economica seguita al seccondo dopoguerra ha consentito in ltalia il diversificarsi delle attività produttive: i laboratori artigianali si sono rapidamente trasformati in piccole e medie imprese. Le vocazioni locali hanno consentito per almeno vent'anni l'esistenza di vere e proprie aree di benessere dovuto alle competenze specialissime dell'artigianato locale - delle calzature, degli acciai e dei metalli per oggetti di uso domestico a Omegna, la produzione del mobile e dei complementi d'arredo in Brianza, il tessile per abbigliamento e arredo nell'area di Como - Huber è attivo nella comunicazione di settore fin dai primi anni '40 sia in Svizzera sia in Italia.
Per lo studio Boggeri progetta per Bantam e in proprio per Borsalino; utilizza il cappello maschile come oggetto che ruota nel campo visivo, evoca il Surrealismo di Magritte in modo piu o meno consapevole, in ogni caso conosce bene la fotografia dell'avanguardia tedesca e le immagini di Willy Otto Zielke e Albert Renger Patzsch, che rendono assoluti gli oggetti quotidiani proprio perchè estratti dal contesto e osservati come pura forma in serie (è vero anche per le sagome delle scarpe per Bally).
Sia Bemberg che Legler rappresentano il superamento della tradizione, sopratutto per la natura dei prodotti: entrambe le aziende producono nuove fibre, sintetiche, e nella comunicazione prevalgono le forme geometriche primarie.
Il cerchio suggerisce la sezione dei rotoli di tessuto o comunque si trasforma in spirali. La forza centripeta o centrifuga determina il centro ottico della comunicazione.
Non è certo che Huber conoscesse con esattezza le allora recenti teorie della percezione, ma la sua lucida intelligenza ha consentito che ogni scelta progettuale fosse una dimostrazione della necessita di agire sul piano del linguaggio e non della persuasione.

In alto, in corsivo: Archivio Huber, Biografia manoscritta da Huber su fogli sciolti, pubblicata in forma ridotta in L. Caramel (a cura di). Max Huber pittore. Mendrisio: Edizioni Vignalunga, Museo d'arte Mendrisio. Nella pagina a lato: poster pubblicitario realizzato da Max Huber per Borsalino, 1949.

Sopra: celeberrimo poster realizzato da Huber nel 1949 per Borsalino,mediante l'utilizzo della tecnica che diventerà identificativa del suo stile: l'oggetto, ridotto a pura forma e declinato in vari colori e ruotato con diverse angolazioni.

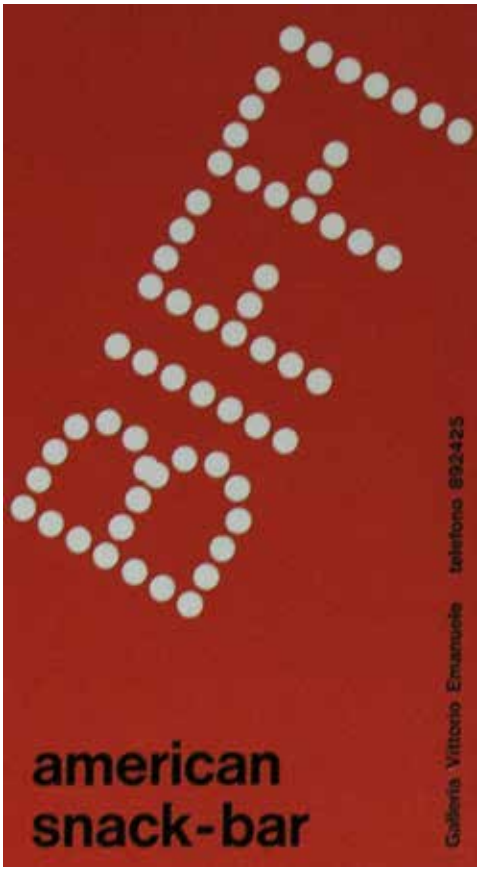


Sopra: copertina ideata da Huber per album del centenario dell'industria tessile Niggler&Küpfer; sotto, da sinistra: I loghi delle industrie tessili Seterie Argenti e Omniafili, disegnati da Huber rispettivamente nel 1963 e 1986

seterie Argenti

omniafili

Così come per l'editoria, che da ambito generico si articola in "consistenti" sottoclassi, anche la comunicazione per l'industria individua specifici filoni progettuali.
L' industria alimentare diventa rapidamente un settore rilevante della produzione nazionale grazie alla apertura dei primi supermercati che nel volgere di pochi decenni soppianteranno i piccoli negozi.
L'apertura dei supermercati alimentari Esselunga, da parte dell'industriale Capretti e il progetto di Huber per il logotipo, anticipano la realta che oggi stiamo vivendo, con il moltiplicarsi dell'offerta in un mercato che è sempre più globalizzato e che, oltre al modello "super", propone il modello "iper" e prospetta la possibilita di vere e proprie città degli acquisti.
L'emancipazione femminile che consente a milioni di donne di accedere a livelli medio-alti di istruzione e Il conseguente inserimento nel mondo del lavoro, anche per i ceti sociali bassi e medio-bassi, modifica i ruoli sociali all'interno della famiglia e conseguentemente, le abitudini alimentari.
Sempre più di frequente è necessario risparmiare il tempo dedicato alla spesa e la concentrazione in un unico luogo di tutte le merci (non solamente i generi di prima necessità, ma anche liquori, dolci, ecc...) e l'american bar lo consente.
Altro aspetto significativo del cambiamento è il fenomeno dello svago e il moltiplicarsi di ristoranti, american bar ecc..
Huber progetta a tutto campo.
Rimane insuperata l'immagine dell'acqua Frisia, da pochissimi anni oggetto di restyling, che grazie allevariazioni cromatiche indica



la natura dell'acqua; la sovrapposizione dei caratteri a bastone tiene fede alle scelte linguistiche di Huber, pur in un ambito tanto massificato. Sia la comunicazione per Grassetti che quella per Besana indicano invece un'ironia inaspettata; i piccoli coni gelato che si trasformano in texture - disegnati dalla moglie Aoi - e la scelta di rappresentare la frutta con grandi immagini quasi infantili,denotano la capacità di trasformare la realtà dei soggetti in archetipi dell'immaginario, senza avvalersi delle consuete modalità, ma aprendo a un linguaggio più vicino a quello televisivo dei cartoons.

In questa pagina, in alto: volantino disegnato da Huber per pubblicizzare l'apertura dell' american bar Gonzales, 1960; sotto, in trasparenza, il logotipo ideato da Max Huber per la neocreata catena di supermarket Esselunga nel 1957. Nella pagina a fianco, da sinistra: restyling grafico di Huber per Acqua Frisia e Banner pubblicitario per Biffi.

Sezione terza

a cura di Riccardo Botto

Il dopoguerra in Italia presenta tutti gli elementi necessari al design italiano per crescere, inizia una nuova fase di linguaggio grafico, dove poster e manifesti diventano strumenti sempre più diffusi. La carriera di Huber raccoglierà questo cambiamento e offrirà una maggiore varietà nel linguaggio del designer, che adatta la melodia del jazz e il movimento dello sport al suo repertorio.

“Per la potenzialità sovversiva, le libere digressioni, i virtuosismi, le ripetizioni, esattamente quello che per lui aveva rappresentato la progettazione grafica”

L’influenza della musica jazz nella tecnica di Huber

Sin da giovane Max Huber ha coltivato una viva passione per il jazz. Secondo molti critici l‘originalita della sua opera é consistita proprio nella particolare fusione tra la sua solida formazione di artista concreto, improntata al sintetico rigore della scuola Bauhaus, e la sua controllata libertà compositiva fuori dalla gabbia precostituita, molto simile a quella dell’andamento sincopato della musica jazz. Se da una parte la lunga frequentazione con il vivace clima culturale di Milano alla fine degli anni Trenta, e ancor più del dopoguerra, ha costituito un terreno fertile perla sua speciale qualità progettuale, su un altro piano è indubbio che il suo proverbiale senso del ritmo, della continua variazione sul tema, della virtuosistica arte d’improvvisazione tipica del jazz, si deve leggere come un filo rosso costante nel suo lavoro. Dai mitici incontri con Louis Armstrong e Duke Ellington, la storica amicizia con il musicologo Roberto Leydi, dalla puntuale disponibilità a dare i1 meglio di sé, non solo dal punto di vista grafico, per il lancio di una sala da ballo (Sirenella, 1946) e per il progetto grafico di alcune riviste di jazz (Ritmo, 1950, Jazztime, 1952), oppure per ideare la copertina di un’Enciclopedia del jazz (Messaggerie Musicali; 1952), sono molte le preziose testimonianze di grande amore per il mondo del jazz, che Max ci ha lasciato. Credo che si possano definire almeno tre tipologie progettuali nell’attività di Huber, sempre presenti nel suo operato fin dagli esordi, soluzioni linguistiche che vengono utilizzate di volta in volta, a seconda della necessità, in tutto l’arco della sua vita: la tipografia abbinata a campiture cromatiche contingue e sovrapposte, ad esempio nel manifesto e nel programma della VIII Triennale nel 1947 o nella serie di bozzetti per Coincidenze Arp, del 1991, l’immagine analogica in bianco e nero, l’illustrazione. L’incisione, abbinate a testo e colore piatto, come nel caso delle copertine Einaudi a partire dagli anni ‘40, in

In cima alla pagina citazione da: Max Huber: silenziosa coerenza di un protagonista del concretismo, Carlo Belolli, Arte Struktura, 1980
Nella pagina accanto: foto di Max Huber e Louis Armstrong, 1948

Jazztime del 1952 o nel manifesto per Chiasso Jazz Weeks del 1985; la sperimentazione fotografica e la forma pure abbinate alla tipografia, nel manifesto per la mostra abstrakt+konkret nel 1945 o nella monografia per Niggler & Kupfer del 1976. L'elenco dei lavori segnala come modalità utilizzate da Huber non vengano mai abbandonate. Il suo operato non ha subito mode o cambiamenti sostanziali, è sempre stato ben chiaro quali fossero gli archetipi e gli strumenti da lui preferiti, dall'inizio alla fine della sua attività di progettista. Sono altrettanto interessanti i progetti realizzati montando direttamente i caratteri di cassa in tipografia, nella consapevolezza della propria capacità di controllo dei risultati, ma anche con la curiosità delle possibili varianti impreviste. Tutto ciò è utile a comprendere una logica in cui ogni ricerca viene sviluppata in parallelo e conferma di permanere dei riferimenti iniziali, quelli acquisiti negli anni

In alto: jazztime, 1951

della formazione: la tipografia, la teoria del colore, l'approfondimento delle potenzialità delle forme geometriche primarie. La presenza costante di figure piane riconduce la progettazione di Huber a quei riferimenti concettuali che ne costituiscono l'origine e che erano stati terreno fertile per le avanguardie storiche, Moholy-Nagy, Piet Zwart, Max Bil e altri. Le immagini scontornate in bianco e nero, spesso decontestualizzate – spesso la stessa ripetuta in dimensioni differenti – suggeriscono la percezione di profondità di campo, mentre le campiture piatte ribadiscono la bidimensionalità del foglio; stessa logica anche nel caso in cui la comunicazione dei testi in colori e dimensioni differenti suggerisce una sequenza di piani possibili, pur nel rispetto della bidimensionalità. In tale dialettica risiede la caratteristica dell'opera di Huber: una sorta di ossimoro visivo in cui ciò che risulta riconoscibile – la realtà analogica della fotografia, ad esempio – viene "prelevato" dal proprio contesto e messo in relazione alla evidenza delle tecniche di stampa – colori piatti, retino di stampa ingigantito -, ad affermare di scelte che rendono l'attività di progettista capace di rinnovare gli equilibri visivi consolidati. A partire dalla lezione di Schawinsky e dall'esperienza dello studio Boggeri, Huber declina una sua personale visione della comunicazione in cui i cromatismi sono protagonisti di una più solare e italiana visione. Una sintesi non è agevole, probabilmente neppure necessaria, molti hanno contribuito a definire: alcuni la storia, altri i linguaggi, altri l'uomo. L'archivio custodisce un intero patrimonio di riconoscimenti, premi, testi, poesie, corrispondenze, ma la natura stessa di Huber, la molteplicità del suo sguardo sul mondo, la capacità di sintesi visiva, tutto questo somiglia sopra ogni cosa alla musica che più amava: il jazz. Proprio per l'eversione che aveva rappresentato nel dopoguerra, per la potenzialità sovversiva, le libere digressioni, i virtuosismi, le ripetizioni, esattamente quello che per lui aveva rappresentato la progettazione grafica, di cui aveva imparato i fondamenti allo scopo di relazionarli in nessi originali, rifondando la cultura del progetto; tutto ciò grazie ad una capacità di controllo e innovazione che contiene preziose intuizioni di contemporaneità.

sirenella
palais de cristal
largo carrol da via pozzone in via rovello 16
sirenella
palais des danses

In alto a sinistra: foto di Roy David Eldridge, 1954

In alto a destra: jazztime, 1952

In basso a sinistra: Lionel Hampton album cover, 1958

In basso a destra: live jazz del duo Alfredo Ferrario e Sandro Di Pisa (serata d'innaugurazione della mostri di Chiasso)

Nella pagina accanto: Sirenella, 1946

"Tutto, nel manifesto, suggerisce dinamismo e velocità. Max Huber si serve solo di elementi astratti rinunciando a mostrarci vetture da corsa, spettatori o bandiera a scacchi."

Gli eventi sportivi ed una nuova prospettiva

Peso visivo e sintesi sottrattiva divento presto elementi centrali del lavoro di Huber, che dal 1938 lavora per l'Autodromo di Monza, la lotteria ed il Gran Premio. Egli spesso mescola elementi fotografici e tipografici piatti senza cornice con strisce di colore per trasmettere una certa sensazione di dinamismo e velocità. Torna presente inoltre l'utilizzo griglie severe ma facilmente identificabili. Huber favorisce la sintesi, la chiarezza ed il ritmo, senza sacrificare la prospettiva e l'illusione di moto che caratterizzano i suoi lavori in ambito sportivo. La sua tecnica subisce infatti un'ulteriore evoluzione, vedendo l'inserimento di testi e forme da diversi gruppi gerarchici e dal sempre maggiore uso di linee e forme curve e prospettiche, capaci di richiamare i valori e le caratteristiche principali dello sport e della competizione: il movimento e il carattere.
Continua la concentrazione sulla chiarezza di forme buone e colori primari, l'utilizzo di sovrapposizioni e ripetizioni di elementi; tecniche che avevano caratterizzato la formazione del designer svizzero. Questi lavori rappresentano una digressione nella carriera di Huber, che mette da parte l'uso del bianco e nero e delle sue tecniche sperimentali a favore di una maggiore chiarezza e comunicazione, più adatte e efficaci al mondo degli eventi e delle strutture sportive. Tutto, nel manifesto, suggerisce dinamismo e velocità. Max Huber si serve solo di elementi astratti rinunciando a mostrarci vetture da corsa, spettatori o bandiera a scacchi.II senso di rotazione - opposto al movimento naturale di lettura da sinistra a destra - viene associate ad una diagonale discendente grazie al peso assunto dalle forme a freccia. Le sovrapposizioni e le trasparenze di colore creano la sensazione delle presenze fugaci, delle elevate velocità delle vetture che corrono in pista. Anche le scritte, grazie alla loro forte accentuazione prospettica, stanno ad indicare che la velocità. Si puo notare come esse siano costruite utilizzando due distinti punti di fuga.

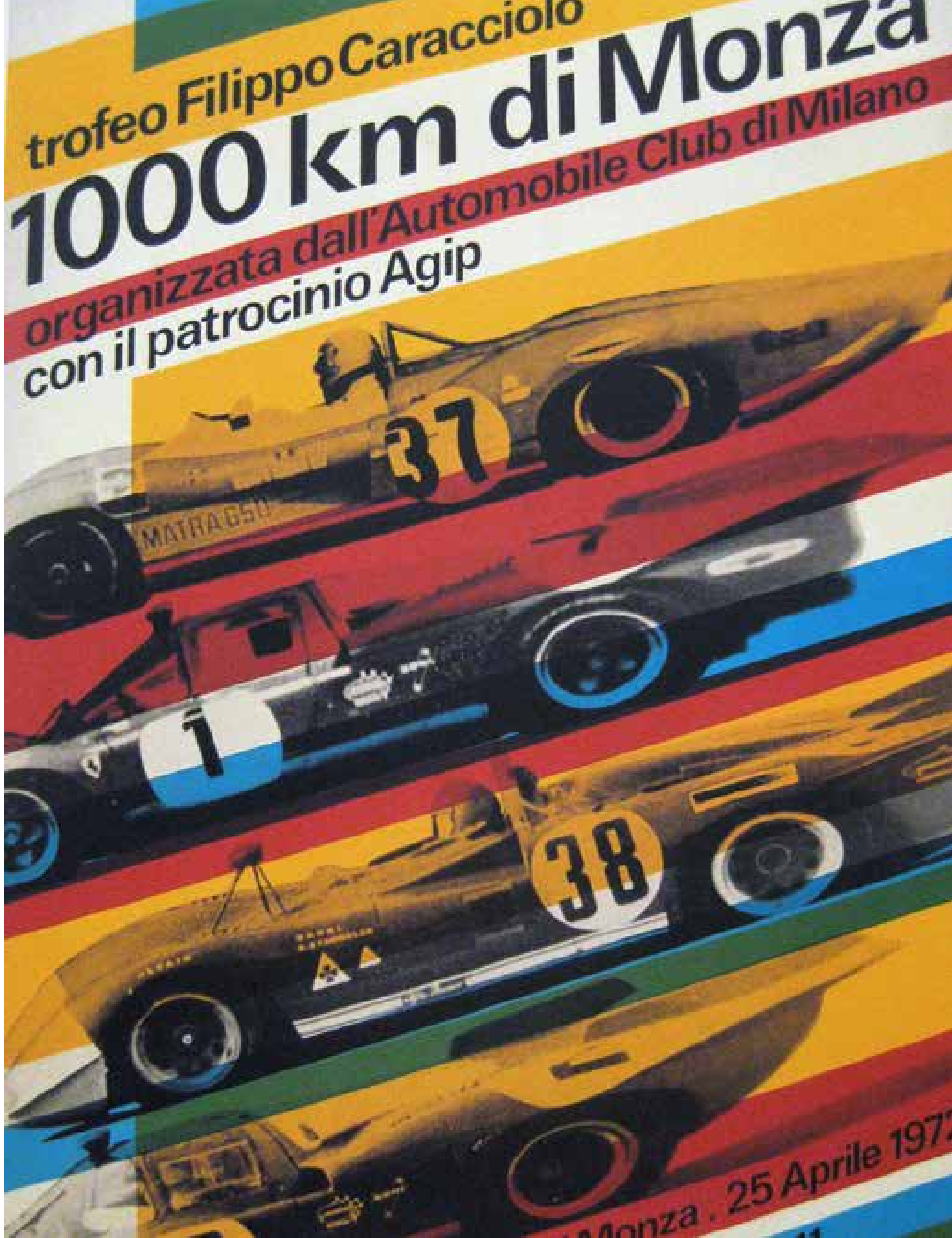
In cima alla pagina citazione da: La grafica benedetta da Max, Clara Castaldo, ArteVarese, 2010
Nella pagina accanto: Trofeo Filippo Caracciolo - 1000 km di Monza, 1972

trofeo Filippo Caracciolo

1000 km di Monza

organizzata dall'Automobile Club di Milano

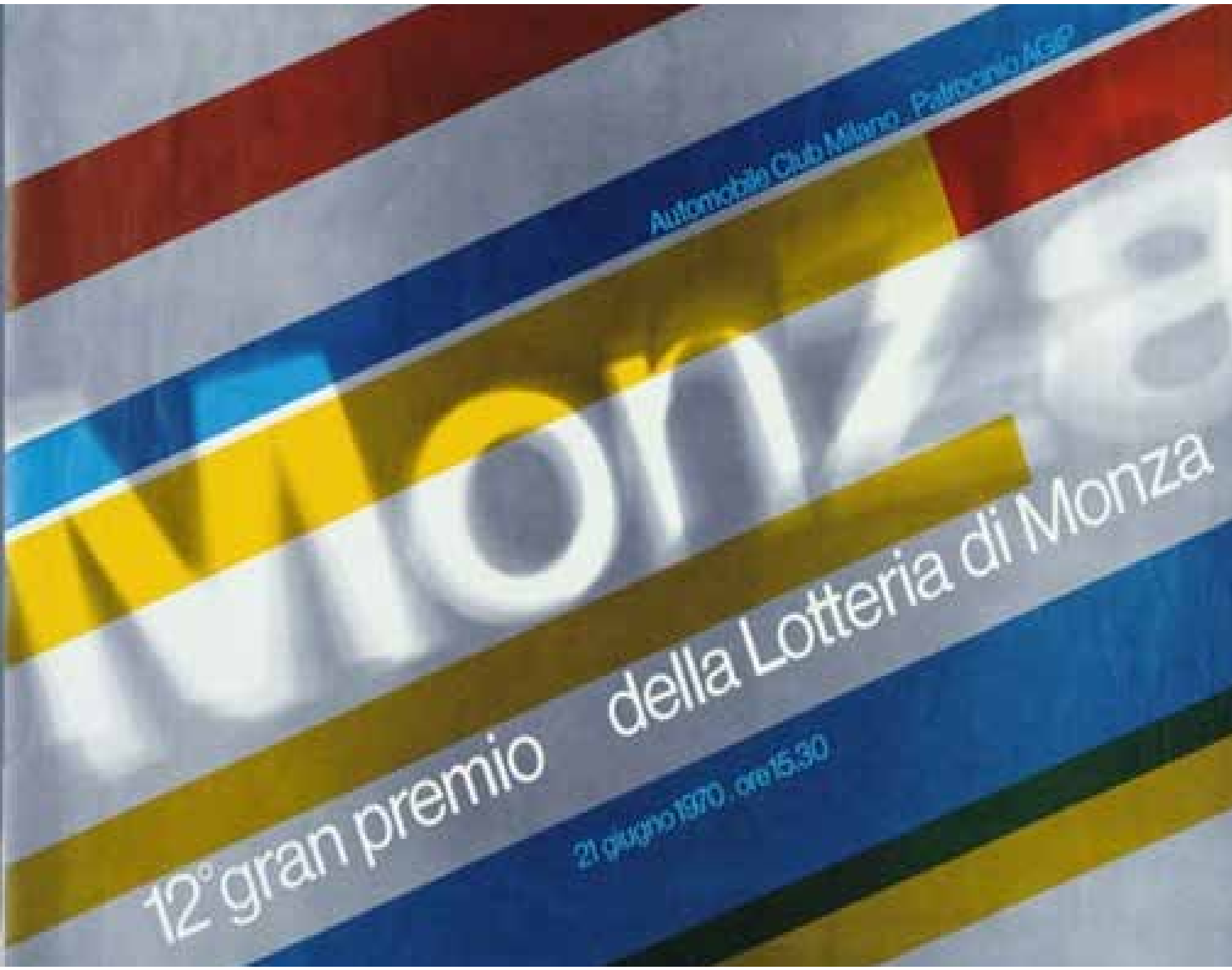
con il patrocinio Agip



Monza . 25 Aprile 197

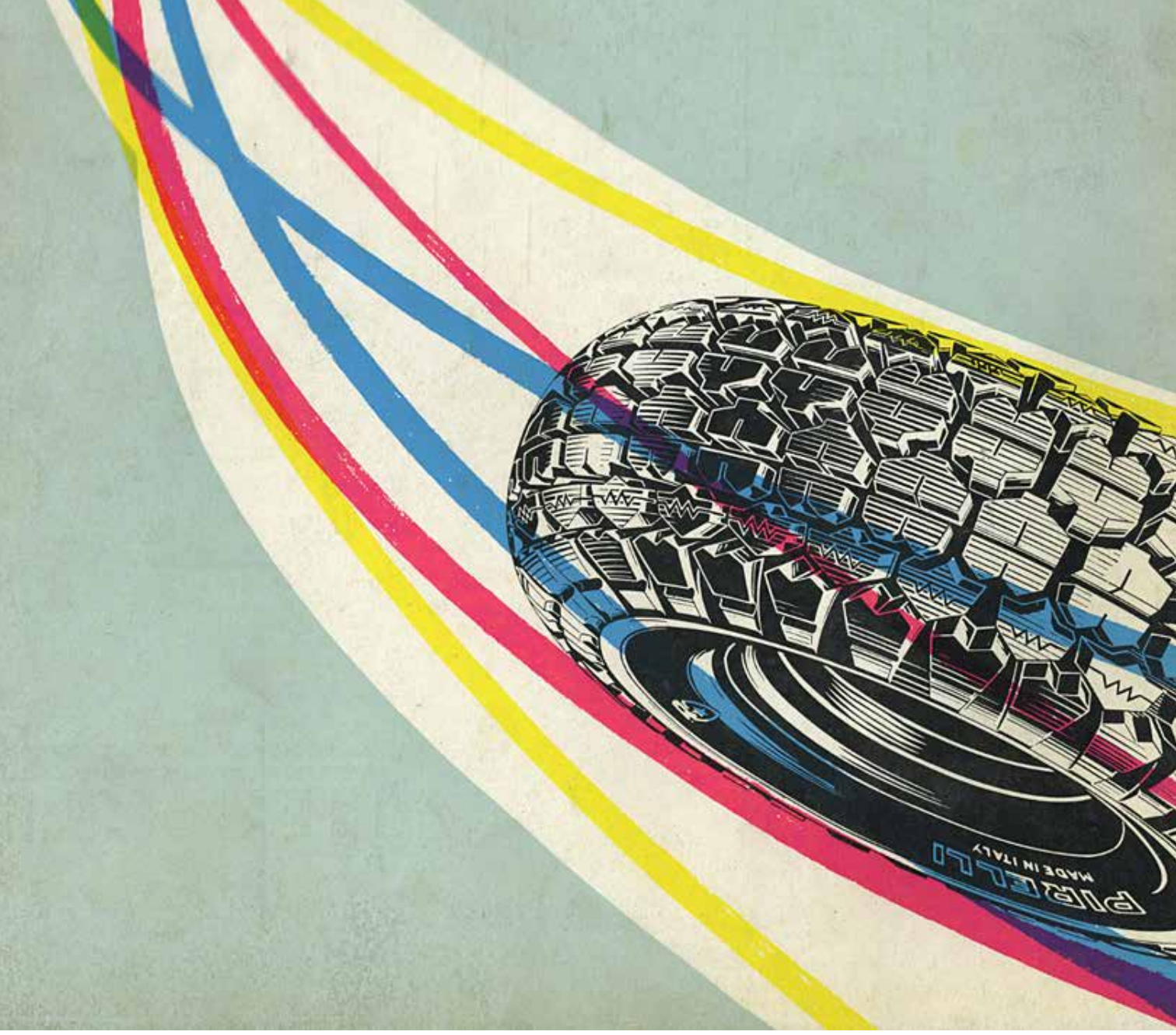
L'intero impianto geometrico: rette, lettere dell'alfabeto e forme ellittiche sono frutto di un accuratissimo disegno manuale, all'epoca nessun ausilio informatico era disponibile. Dal 1942 Huber lavora per i poster e gli annunci di competizioni sportive nazionali tenute nell'autodromo, come la 500 miglia di Monza, la 1000 km e il Gran Premio. Questa collaborazione vedrà un lungo passo della carriera di Huber, che contemporaneamente lavora in altri e diversi campi, permettendo al suo linguaggio visivo di cambiare forma e dimensione, adattandosi allo scopo impostogli dal design-

In alto: Coppa la Rinascente - Upim, 1955

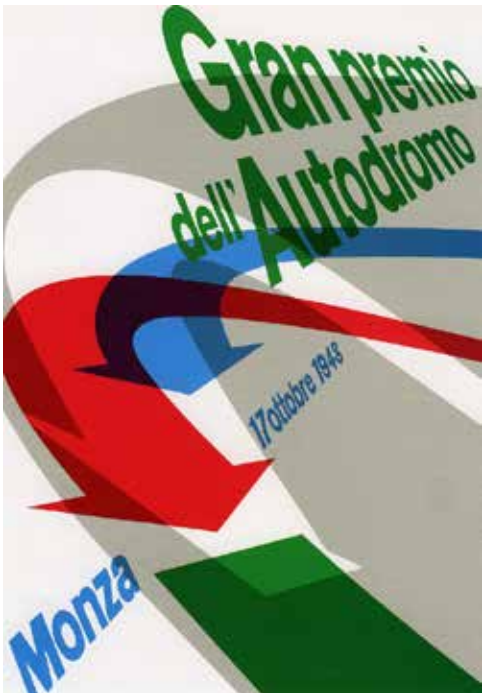


er; il suo repertorio tecnico riesce così a crescere e confrontarsi con diverse sfide. Inoltre la partecipazione di alcuni dei più seguiti eventi nazionali permettono ad Huber di inserirsi ulteriormente nel contesto del dopoguerra italiano, offrendogli sempre maggiore visibilità ed esposizione dei suoi lavori, portandolo a consolidare ulteriormente il suo ruolo cardine nel mondo del della grafica, facendo di suoi progetti dei veri e propri esempi di linguaggio grafico.

In alto: 12° Gran premio della Lotteria di Monza, 1970



In alto: Pirelli Scooter, 1958



In alto a sinistra: Gran premio dell'Autodromo, 1948

In alto a destra: 500 miglia di Monza, 1957

In basso a sinitra: 42° gran premio d'Italia, 1971

In basso a destra: link a Alliance Graphique Internationale

Sezione quarta

a cura di Oliviero Bonini

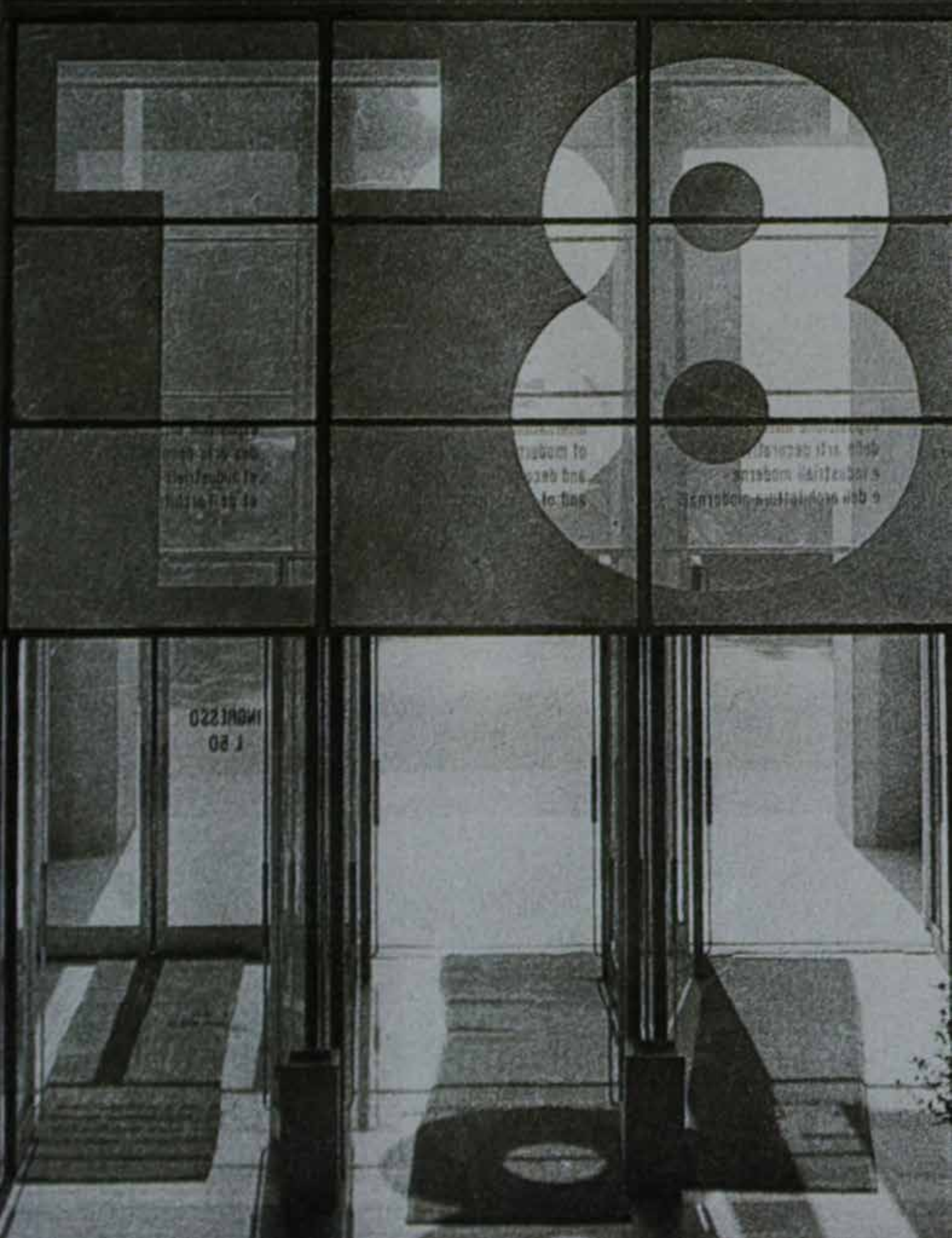
Dopo la seconda guerra mondiale, la riconversione industriale determinò una violenta accelerazione della capacità produttiva e diede un nuovo impulso alla ricerca nel campo dei materiali e delle tecnologie di produzione. Gli anni '50, grazie alle necessità della ricostruzione post-bellica, furono gli anni del boom economico e dell'espansione dei consumi.

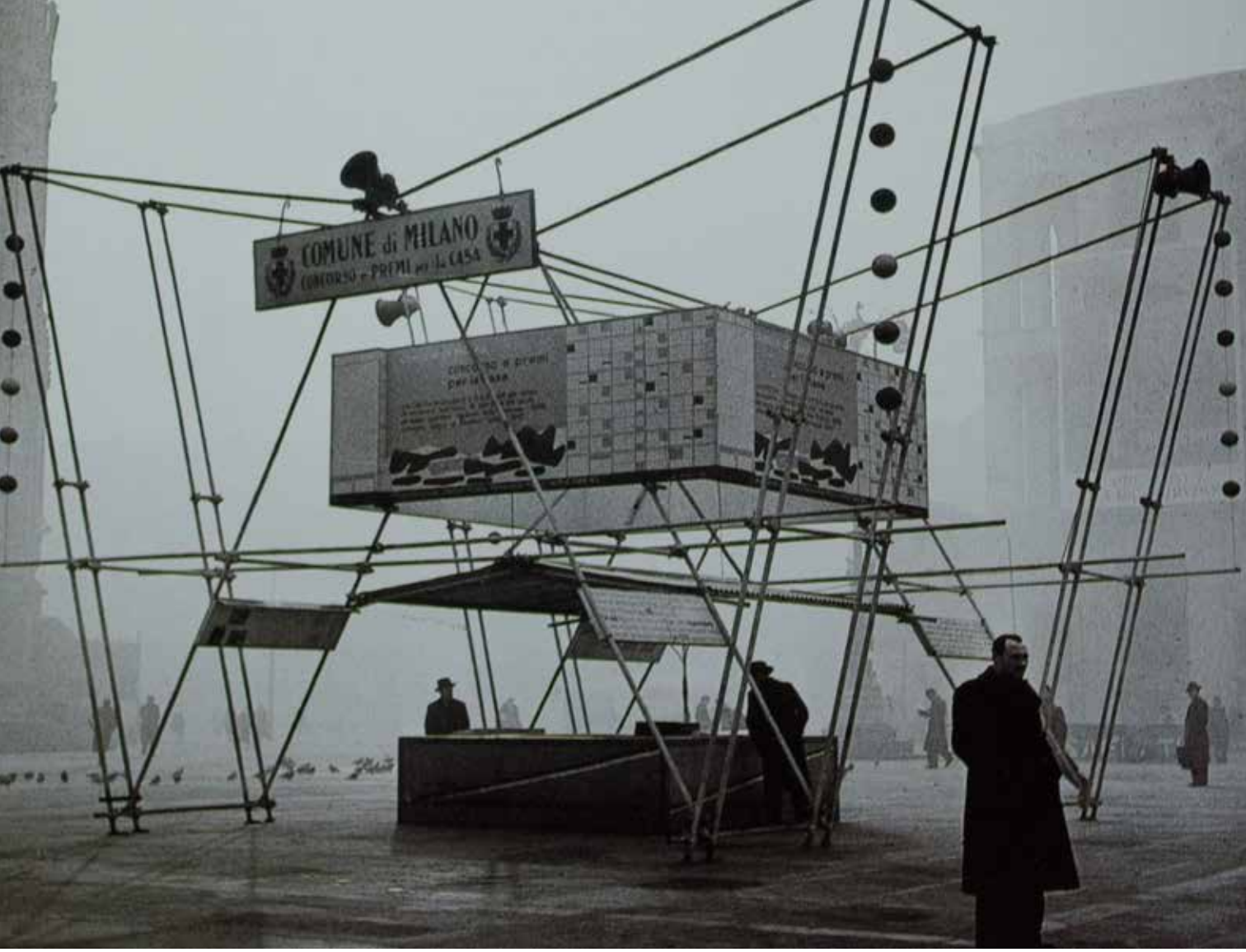
"La razionalità tipicamente svizzera di Huber si sposò magnificamente con la vitalità dell'ambiente milanese, specialmente nel secondo dopoguerra, manifestandosi in una esplosione di colori"

Impegno e vitalità nella milano della ricostruzione

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. Tutto si muove con grande entusiasmo ed effervescenza e questo stimola moltissimo "il giovane grafico venuto dal Nord". La libera e rigogliosa circolazione di idee lo porta a incontrare nel giro di pochi mesi molti dei più importanti intellettuali, scrittori, artisti, architetti, editori operanti tra Milano e Torino. appassionatamente impegnati in questo liberatorio sforzo di rinascita culturale del Paese. 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 RlMA (Riunione Italiana Mostre Arredamento)" al Palazzo dell'Arte (la storica sede delle Triennali) sempre nel capoluogo lombardo. ln 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. Geometria 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

In cima alla pagina citazione da: Quel genio di Max Huber, Luca Magnanelli Weitensfelder, no.65 Purple Lilac - The Possibilities
Nella pagina accanto: VIII Triennale di Milano, grafica per esposizioni, 1947, particolare di un allestimento

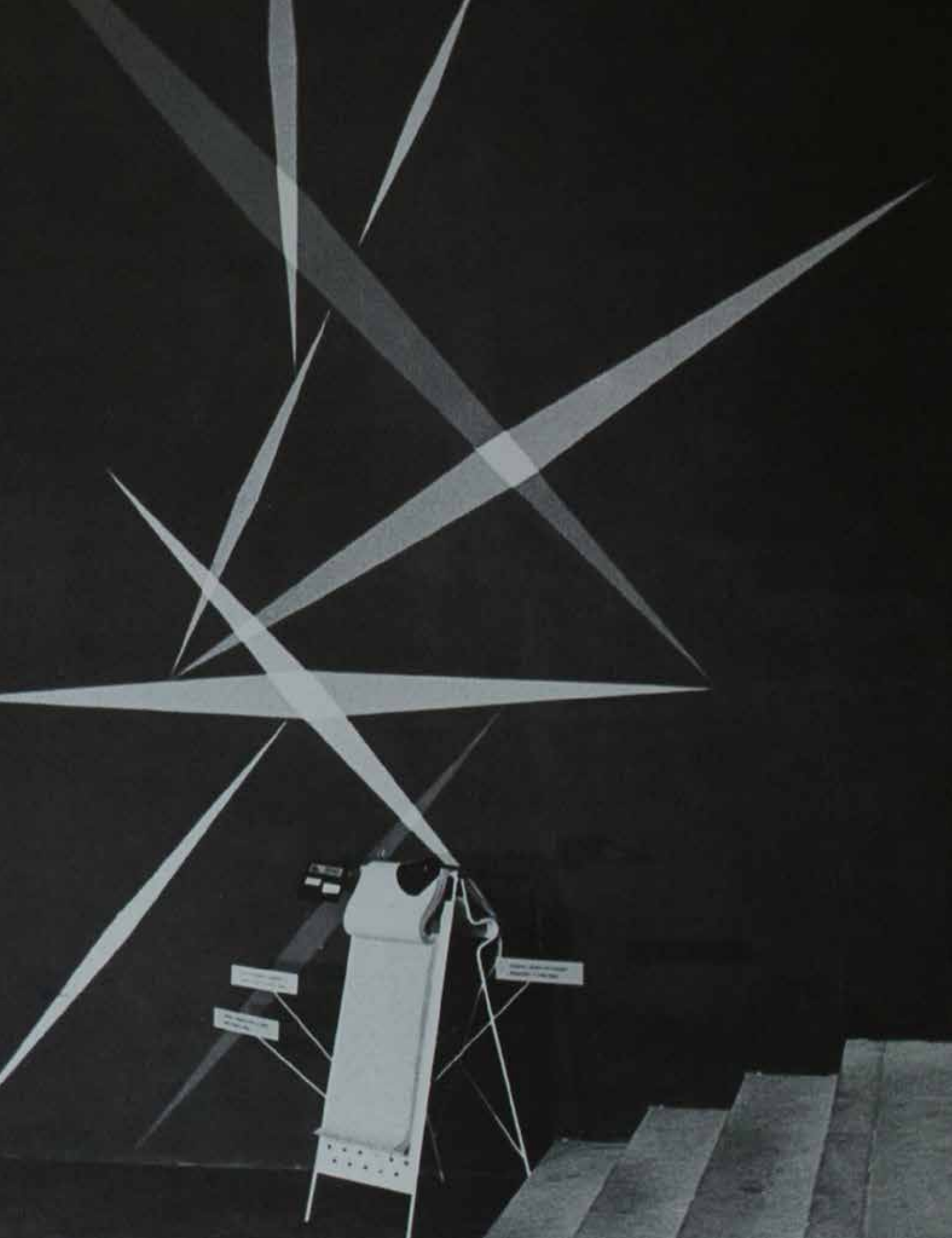




dedicati ai temi politici della resistenza, ai quali è ideologicamente molto legato. Con Remo Muratore progetta una mostra sulla Resistenza e con Paolo Grassi (tra i fondatori del Piccolo Teatro di Milano) realizza una mostra sostenuta del giornale socialista Avanti intitolata "Il socialismo vivrà". 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. L'estrema semplicità del progetto, dovuta alle evidenti ristrettezze economiche, vede in primo luogo dei pannelli grafici composti dall'applicazione di fotografie e documenti originali '(soprattutto giornali e riviste) su dei fondali preimpaginati con dei forti segni grafici (frecce, cunei, triangoli e vari riquadri), probabilmente con un significativo uso del colore rosso, che fanno diventare ciascuno di questi pannelli un chiaro

In alto: Concorso a premi per la casa, stand promozionale, 1947

esercizio costruttivista, fortemente ispirato a El Lissitzkij. Ma il pezzo forte della mostra è un piccola e leggera struttura espositiva, decisamente più curata degli altri pannelli: in primo piano un traliccio di tre bastoni incrociati, ai quali sono agganciati dei piccoli elementi comunicativi; come sfondo un pannello, rivestito completamente di fogli di giornali, tenuto sollevato da terra, il quale si sviluppa con un andamento concavo verso il traliccio (accentuato anche da dei profili curvilinei superiore e inferiore) e sul quale è sospeso un grande disco che riporta in grande la scritta "il socialismo vivrà". In questo angolo espositivo si sintetizza molto bene la passione di Huber per un certo tipo di messaggio propagandistico tipico delle avanguardie russe, ma si nota anche una sua freschezza e originalità nell'introdurre forme curve, plastiche e in un certo qual modo anche dinamiche della percezione spaziale in movimento.
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 neI rinato polo culturale milanese. Da una parte progetta con Steiner il coordinato grafico per la VIII 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.
"AII'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". 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 & 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. Consultando il catalogo-guida della Vili Triennale di Milano" si scopre che Huber partecipa al progetto generale dell'evento in più ambiti. Alle pagine 14 e 15 dello schema organizzativo dell'intera esposizione il nome di Huber compare

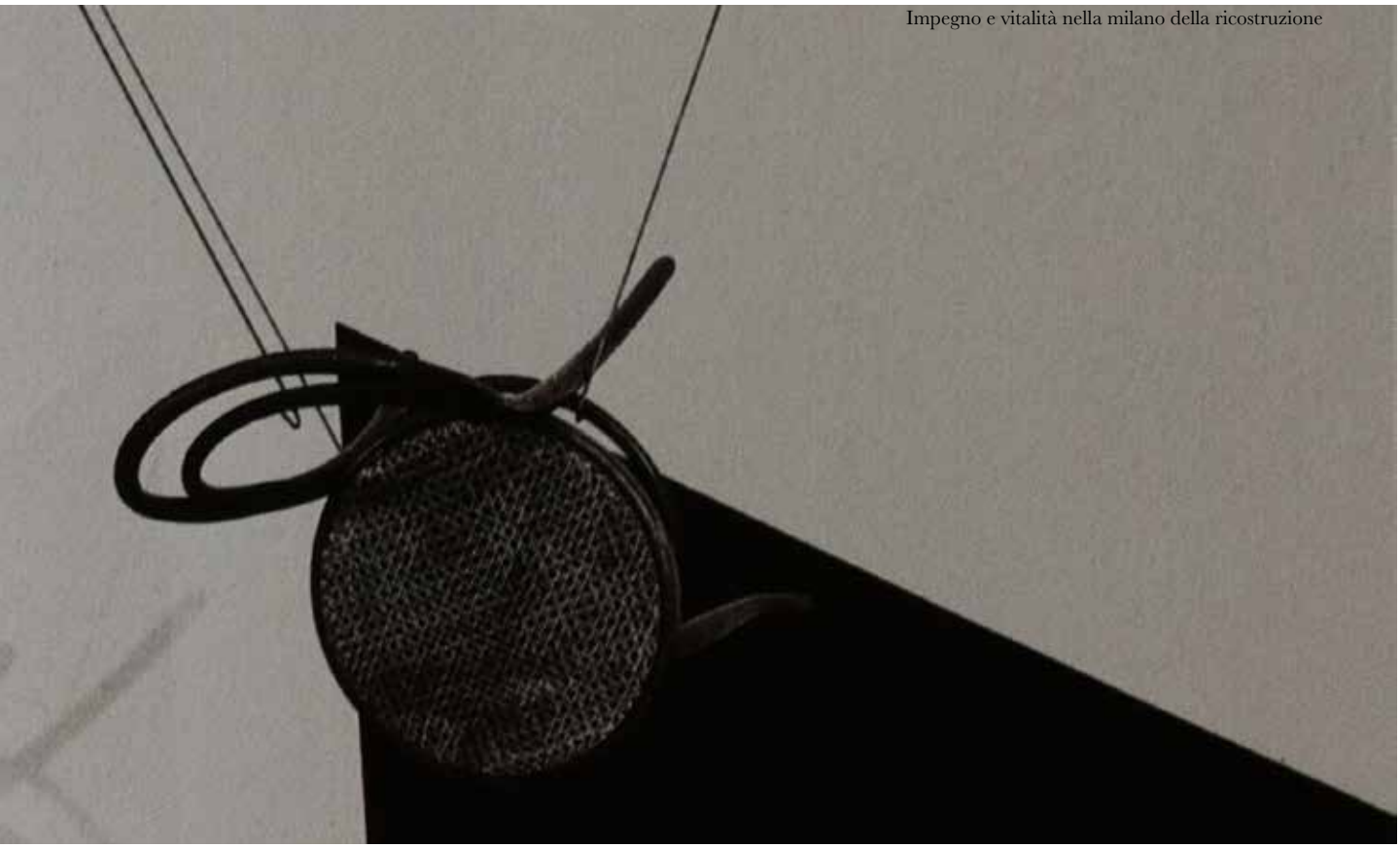


ben cinque volte: come realizzatore insieme agli architetti Bombelli e Gentili del catalogo-guida T8-1947, come progettista (probabilmente per la parte grafica) dell'intero allestimento insieme agli architetti Bianchetti, Magistretti e Tedeschi, come progettista (sempre per la parte grafica) ancora con Bombelli e Gentili dell'allestimento per la Mostra internazionale fotografica dell'architettura, come progettista (per la grafica) insieme agli architetti Canella, Castelli Ferrieri, Ghidini e Ravasi, per l'allestimento della sezione Arredamento, e in fine come progettista per la grafica della "propaganda" dell'esposizione insieme a Bombelli, Bonini e Steiner. Più avanti si scopre anche che Huber è nella giuria del "Concorso per disegni di tessuti d'arredamento ltalviscosa n. 2" e il vincitore del primo premio al "Concorso di disegni per carte da parati Braendli e c.". Inoltre a pagina 19 si legge che l'architetto Tedeschi con la collaborazione di Huber vince il "Concorso per una costruzione pubblicitaria da collocarsi sull'aiuola prospiciente la stazione nord Milano in piazzale Cadorna in occasione del T8". Questo chiosco pubblicitario però non verrà realizzato, mentre si costruirà un'altra struttura pubblicitaria realizzata in tubi metallici per la comunicazione del "Concorso a premi per la casa", progettata da Bianchetti e Pea, la quale verrà disposta al centro della Galleria Vittorio Emanuele e in piazza del Duomo. Questo progetto non compare tra le realizzazioni previste dal catalogo della mostra, ma il fatto che le immagini di questo leggerissimo chiosco dalla chiara composizione d'impronta costruttivista (con tanto di megafoni), si trovi tra la documentazione dell'archivio Huber fa supporre che l'intervento grafico sui pannelli sospesi al centro della struttura sia Opera di Huber e forse anche il gioco astratto dei filari di palline sospese veda il suo contributo. Ritornando all'esposizione generale, le immagini conservate ci mostrano una soluzione particolarmente riuscita nell'impaginazione del T8 nella 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

Nella pagina accanto: Braendli, murale, 1946

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. Alla realizzazione hanno contribuito anche gli architetti Elena Berrone e Franca Helg"16 scrive Gillo Dorfles in una approfondita critica alla mostra apparsa su Domus n. 217 del gennaio 1947. Non esiste documentazione che ci permetta di riconoscere in quale modo sia da leggersi il contributo di Huber, ma la leggerezza delle quinte in carta awolte intorno a una secca struttura in tubi metallici, che creano delle pareti virtuali composte

In alto: VIII Triennale di Milano, grafica per esposizioni, 1947, particolare di un allestimento



da una sorta di elemento modulare con cui si impaginano tutte le opere esposte. costituisce un motivo molto vicino ai principi della nuova composizione tipografica di ineccepibile scuola svizzera. 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 Bill e anche lo stesso Huber.
Sempre del 1947 sono due suoi interventi in Fiera di Milano con Franco Albini e Giancarlo de Carlo per la sala dei Pigmenti e delle Vernici al padiglione Ducotone, e alla sala della Ricerca scientifica ai padiglione Montecatini.

Nel 1948 insieme al gruppo di architetti BPR (Belgioioso, Peressutti, Rogers), dove lavora il giovane architetto svizzero Stòff Bon, Max Huber partecipa al progetto del padiglione Terni alla Fiera di Milano. Si nota l'intervento di Huber bela scelta di usare per le scritte dei telefoni tensionati tra strutture in tubi metallici, un carattere stencil industriale che spicca per l'asciuttezza e la modernità rispetto a molti segni grafici dei grandi padiglioni vicino, ancora piuttosto legati a delle formule pedanti e retoriche del recente passato.

"He was a true product of the Swiss School; he loved innovatory research; he boasted a lively curiosity, being quick to latch on - not without irony - to the most unpredictable ideas, and he worked with the serious precision of the first-rate professional."

L'incontro e la collaborazione con i fratelli Castiglioni

Sempre nel 1948 Huber viene coinvolto in altre due importanti occasioni di confronto sullo spazio tridimensionale. Da una parte attraverso la conoscenza del critico musicale Roberto Leydi (che diventerà un suo grande ammiratore e amico). incontra il compositore di musica moderna Ferdinando Ballo, per il quale disegna la scenografia dell'opera L'Incubo che verrà messa in scena al Teatro la Fenice di Venezia per l'XI Festival internazionale di musica contemporanea. Dall'altra, sempre nel 1948, inizia la collaborazione di Huber con i fratelli Castiglioni. insieme ai quali dà vita a una stagione, lunga e proficua, tra le più interessanti e importanti nella storia deil'exhibit design in Italia e non solo.
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 radiodiffusione in italia all'interno del nuovo padiglione Rai (Radio Audizioni Italiane), progettato dagli stessi Castiglioni, alla XXVli 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 per il padiglione in fiera porta anche la firma di Erberto Carboni, già noto progettista sia di allestimenti che di coordinati grafici. Lo "stile Carboni" era in quel momento uno dei più richiesti, per l'esuberanza del segno e la spettacolarizzazione degli ambienti, oltre che perla velocità ideativa e realizzativa delle sue proposte. Raccontava Achille Castiglioni che fu lo stesso Carboni, già ben introdotto nell'ambiente Rai, a sostenere l'inserimento dei giovani Castiglioni insieme al brillante amico svizzero Huber, che aveva già avuto modo di cono-

In cima alla pagina citazione da: componimento di Giampiero Bosoni intitolato 'Max Huber, archigraphic designer' in'Max Huber', Pohaidon Press, 2006
Nella pagina accanto: Padiglione Eni, allestimento per mostra, 1955, progettisti: Achille & Pier Giacomo Castiglioni, grafica: Max Huber

scere nei primi anni ‘40 presso lo studio Boggeri. 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 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 così l’idea di inserire la riproduzione del corno di Alessandro Magno, testimonianza del primo tentativo dell’uomo di abbattere

In alto: Il Giornale Radio, allestimento per mostra, 1948

le distanze con Ia propria voce. Ma sarà soprattutto la sinusoide dell'onda herziana appesa al soffitto, campita con le sagome dei diversi continenti, a giocare meglio l'effetto della comunicazione, verso l'esterno e verso l'interno, dello spazio espositivo. 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

In alto: Padiglione Eni-Snam, allestimento per mostra, 1954

e fotografici bifacciali, che come pilastri bidimensionali intercettano a diverse quote e posizioni lo scalone, crea un effetto a pioggia di informazioni che si addensano via via salendo sino a trovare al piano superiore un impatto visivo di segni colorati, fotografie, brevi messaggi comunicativi, i quali rimandano a una vera e propria impressione musicale di ritmo, di suoni, di messaggi, di informazioni. In un'altra sala della stessa mostra viene allestito per la Rai un aereo sistema di pannelli e luci, col quale si racconta il "prodigio" della tecnica televisiva. Huber interpreta o forse suggerisce questo leggero ed elegante sistema espositivo, descrivendo con grande rigore grafico questa storia e puntando a ricostruire una lettura archigraflca dello spazio attraverso l'impiego di un viso femminile (come quello di un'annunciatrice), riprodotto a grande scala, che appare in diverse modalità (righettato, contrastato, sbiadito, e così via) corrispondenti alle diverse caratteristiche del segnale televisivo.
La serie delle mostre della radio e della televisione continua, e nel 1950, sempre con i Castiglioni, Huber si lancia in un curioso ed elegante omaggio alla gestualità grafica di Carboni. Per la sezione "Le prime sette serate del terzo programma" inventa sette figure plastiche di grande vivacità virtuosistica, dove immagini, scritte e segni colorati "alla Carboni", si fondono in un ritmo che fa sembrare questi sette personaggi (erano famosi i figurini astratti di Carboni), come messi in scena per cantare ciascuno la sua parte.
Ma il lavoro di Huber e Carboni si intreccia ancora a quello dei Castiglioni, di nuovo per un allestimento al padiglione Rai alla XXIX Fiera di Milano del 1951. Tema è il terzo canale Rai, il programma culturale della società di radiodiffusione italiana… In questo caso il segno grafico della spirale segmentata, derivata dalla rotazione di un quadrato diventa l'elemento generatore di questa sala Nel libro dedicato all'opera completa dei "Castiglion?" (Milano, 2001) il nome di Huber viene riportato come progettista insieme ai Castiglioni anche della XVI" Mostra nazionale della radio e televisione, ma ciò non risulta nell'archivio Huber e non appare riconoscibile un suo intervento dalle foto della suddetta pubblicazione.

"Contemporary graphic design, considered as a mean of communication, has to educate our society to a new vision and dimension"

Alla ricerca di un nuovo linguaggio narrativo

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 per l'innovativo linguaggio narrativo adottato nelle forme dell'esporre. 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 XIll 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'allestimento 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, la più precisa possibile, esplicativa di concetti, di dati, di nozioni, di problematiche che non possono, o solo raramente possono, valersi come supporto espositivo di un 'oggetto'." Nel primo caso Huber entra nello spirito narrativo, diretto e coinvolgente, disegnato dai Castiglioni per mezzo di elementi semplici e "poveri" e interviene sulle assi da cantiere, che costituiscono tutto l'involucro dell'allestimento, con delle le scritte che assumono il carattere di una comunicazioni work in progress, fatta con dei caratteri stencil simile a quelli utilizzati per le casse di trasporto. Anche molte immagini sono serigrafato sul legno grezzo delle tavole, con una scelta decisamente brutalista. Nel progetto per il padiglione Montecatini, concepito come un percorso a episodi dove il visitatore viene portato a sperimentare sensazioni ogni volta diverse in vere proprie scene teatrali a tema, Huber ha modo di verificare diverse tecniche

In cima alla pagina citazione da: intervento tenuto alla World Design Conference di Tokyo, 1960, "Contemporary graphic design and contemporary society", Max Huber
Nella pagina accanto: Padiglione Montecatini, allestimento per mostra, 1964

pellicce
carta
alluminio
seta
fibre tessili
LINO
cellophan
LANA
matite
cosmetici
fotografia
inchiostri
pastelli
VERNICI
CUOIO
JUTA

comunicative: dalla grafica luminosa in movimento ai montaggi fotografici, tutti elaborati ad una scala adeguata alla dimensione architettonica.
Del 1964 è anche l'allestimento dei Castiglioni per il padiglione Rai alla XLIII 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

In alto: IEvoluzione della forma nellla pubblicità, allestimento per mostra, 1961

televisione in italia". Vedendo in una foto di dettaglio di questo allestimento una lettera "e" minuscola "poggiata a terra" della dimensione più alta di un uomo (sulla quale compare la data 1964), viene spontaneo pensare alle ricerche sulla comunicazione pubblicitaria a grande scala nelle metropoli americane che Robert Venturi inizia a produrre in quegli anni negli Stati Uniti, e che lo porteranno in breve tempo a sviluppare una sua idea di architettura Pop, spesso giocata sull'impatto del segno archigrafico.
Sempre rimanendo sul tema delle

scritte a scala gigante che si integrano con le soluzioni allestitive, appare efficace la proposta di Huber, 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 (l'autoradio, le ruote e altri curiosi oggetti quotidiani) e per la quale la scritta diventa una sorta di segnaletica stradale come le strisce pedonali o i segnali di partenza di un gran premio automobilistico.
Del 1966 è il padiglione Montecatini, allestimento della mostra "Chimica: agricoltura più ricca", progetto dei Castiglioni, grafica di Huber. "Lavoro di équipe, coerenza cromatica. niente grafica fine a se stessa, intervento calibrato, attenzione solo all'inserzione precisa, insopprimibile" 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 scritti sulle pareti stesse: solo una volta sono ricorso ad un cristallo divisorio. Gli stessi criteri ho adottato per l'impaginazione delle vetrine delle esposizioni, il cosiddetto 'display'. Nessuna enfasi. quindi, anche nelle didascalie esplicative richieste da ogni mostrina.

In alto: Vie d'acqua da Milano al mare, allestimento per mostra, 1963

In alto a sinistra: Padiglione Montecatini, allestimento per mostra, 1964

In alto a destra: Vie d'acqua da Milano al mare, allestimento per mostra, 1963

In basso a sinistra: link a sito monofrafico dedicato a Max Huber, Maria Nora Arnone

In basso a destra: Birreria Splugen Brau, schizzo di Max Huber

Bibliografia

Max Huber: progetti grafici 1936 -1981, Max Huber, Milano, Electa, 1982

Max Huber: silenziosa coerenza di un protagonista del concretismo, Carlo Belloli, Milano, Arte Struktura, 1980

Max Huber, Stalinslaus Von Moos, Mara Campana, Giampiero Bosoni,
Londra, Phaidon, 2006

"Intervista a Max Huber", stesura da nastro, 6 Novembre 1981, archivio Brustio-La Rinascente, Università commerciale Luigi Bocconi

Archivio Huber, Biografia manoscritta da Huber su fogli sciolti, pubblicata in forma ridotta in L. Caramel (a cura di). Max Huber pittore. Mendrisio: Edizioni Vignalunga, Museo d'arte Mendrisio.

Sitografia

www.iconofgraphics.com

www.aisdesign.org

www.thinkingform.com

www.sdz.aiap.it

www.aiap.it

www.italianways.com

www.eyemagazine.com

www.domusweb.it

maxmuseo.ch/it