POLITECNICO
MILANO 1863

DIPARTIMENTO DI DESIGN

Politecnico di Milano
Scuola di Design
Design della comunicazione, sezione C2
Laboratorio di Fondamenti del Proggetto
A.A. 2018-2019

Progetto Editoriale
Lara Macrini (1970-1980, inserto, timbri)
Lucrezia Valentini (1980-1990, timbri)
Letizia Rivolta (1990-2000, packaging)

Docenti
Prof.ssa Daniela Calabi
Prof.ssa Cristina Boeri
Prof.ssa Raffaella Bruno

Assistenti
Monica Rosa Fumagalli
Lorenzo Rabaioli
Marco Valli

Note tecniche
Font: Helvetica, Industry
Carta: DCP Patinata 120gr
Copertina: DCP 300gr
Rivestimento: cartoncino nero 360gr
Inserto: cartone vegetale
Timbri: legno di noce, pla
Stampato e rilegato da: Tagli Laser Milano
Stampante 3d: Tronxy x8 (fdm)

DESIGNERSO

Editoriale

Il lavoro di Italo Lupi si è sempre caratterizzato per la continua sperimentazione e per il senso di divertimento, pur mantenendo una rigorosa logica di base.
La nostra volontà è stata quella di trasmettere questo concetto tramite l'utilizzo di tre colori forti: il giallo, il rosso e l'azzurro, gli stessi che Lupi ripropone maggiormente nei suoi progetti, contrapposti a una gabbia rigorosa. Il contrasto tra creatività e rigore si riflette inoltre nell'ingranaggio, simbolo del meccanismo del pensiero logico, ma raffigurato con colori accesi che alludono ad una parte più fantasiosa.
Ad ogni campo del design è associata una di queste tonalità, che si alternano all'interno delle rubriche (divise per decenni) volte a sottolineare la sua poliedricità. L'azzurro è associato all'editoria, il rosso alla grafica e il giallo agli allestimenti. All'interno degli articoli sono presenti approfondimenti ai diversi argomenti e ai diversi periodi storici.
L'inserto, in continuità con la linea editoriale e la gamma cromatica scelta, racconta Italo Lupi da un punto di vista biografico anche attraverso una serie di immagini.
In allegato, parte dei timbri realizzati per Corraini editore, progetto che unisce la ludicità al suo utilizzo "bulimico" della tipografia.

Indice

1970-1980

9 **Shop**
Una rivista innovativa
The swinging city

17 **Manifesti sociali**
Lup-In act
Il “no” che cambiò l’Italia

21 **1970. Mostra del compasso d’oro**
Un’allestimento “d’oro”
Il compasso d’oro

1980-1990

31 **Domus e abitare**
Due riviste a confronto

39 **L’amore per la tipografia**
L’unicità dello stile di Italo Lupi
L’eleganza della semplicità

43 **Timbri italico**
«Sono un carattere... Tipografico!»
Lettera

1990-2000

53 **Autobiografia grafica**
La felicità del progetto

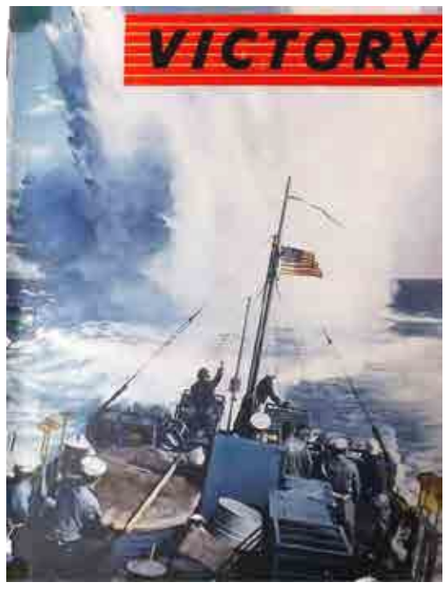
59 **Vent’anni di calendari per Grafiche Mariano**
Un appuntamento immancabile
Lup-In Act

67 **Torino**
Con Torino nel cuore: Olimpiadi invernali 2006
Il blu risorgimento colore dell’Unità d’Italia
Lavorare in amicizia coerente

- Grafica
- Allestimenti
- Editoria
- Tipografia

1970-1980

Lara Macrini



A sinistra:
1972, Shop
1943 e 1945, Victory
1971, Corto Maltese
1990, Bozze Topolino

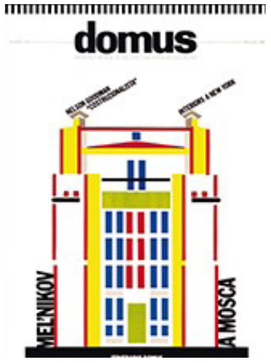
Shop

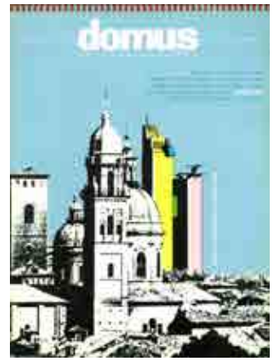
Una rivista innovativa

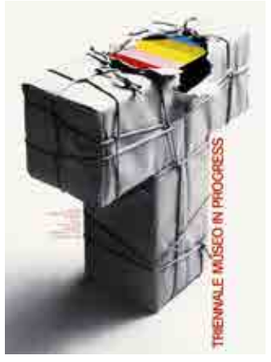
Till Neuburg Non eravamo alle sorgenti del Nilo, non c'era nessuna stretta di mano tra due avventurieri e, soprattutto, non correva l'anno 1871. Il fatto successe quasi un secolo dopo, in una Milano che comunque oggi non esiste più. Negli anni Sessanta il sottoscritto non era un "creativo" e non produceva ancora spot. Faceva il grafico. […] Per progettare qualsiasi cosa - dal biglietto da visita al manifesto - tutti adoperavano solo l'Helvetica o al massimo il Times. Il Bodoni o Garamond erano già un segnale di ribellione. Il riferimento più seguito era ancora la grafica svizzera con qualche rara digressione verso il pop di Londra o l'art direction di New York. [...] In questo clima di infreddoliti calvinisti del formato UNI e dei marchi basati tutti sul quadrato o sul cerchio, un bel giorno irruppe una rivista dedicata a quello che oggi chiamano pop, window display, shopping bag, below the line. Aveva un formato stretto e largo, la gabbia di impaginazione non era affatto una gabbia e, soprattutto, era piena di colori. Si chiamava Shop. Per la grafica italiana di allora era un autentico botto. Per assicurarmi che sapevano stampare come si deve, me la mostrò con orgoglio l'ing. Cordani, che stava in Via Donatello, a pochi metri da Piazza mostro Piola, bisbigliando con sguardo rapito: "Ce la impagina l'architetto Lupi... non so se mi spiego!". Si era spiegato benissimo. Sfogliare con crescente stupore quell'insolito magazine dal nome inglese, […] stare insieme all'Italo e stringergli la mano... forse non proprio dalle parti del Lago Vittoria, ma della Darsena dei Navigli. "Sir Italo Lupi... I presume!" sarebbe stato il massimo che si sarebbe potuto balbettare. […] Italo Lupi si era laureato in architettura in una Milano dove erano ancora Giorgio Strehler, la Galleria Blu, il Derby Club, la Callas, il Santa Tecla, il Premio Bagutta, la Fiera di Sinigallia, la Grande Inter, il Vigorelli, il risotto allo zafferano da Giannino. La metropolitana, la rucola, la tv privata e le

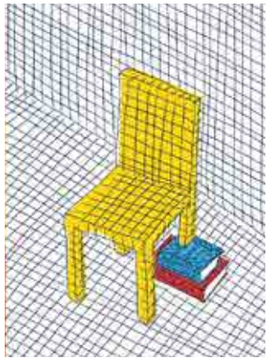
mutande firmate erano ancora di là da venire. Per chi sapeva usare in modo nuovo la matita e la carta (la parola layout non esisteva ancora), c'era un clima fantastico. Si stava affermando il fertile petting tra architetti meneghini e industriali brianzoli. Dopo i pionieristici anni del negozio Danese con gli oggetti minimalisti di Mari e Munari, a Milano riaffiorò il product design questa volta su basi industriali. Le macchine da scrivere, le lampade, le poltrone italiane, le copertine dei nostri libri, Il Giorno di Italo Pietra, la grafica dell'Olivetti, della Pirelli e de La Rinascente suscitavano rispetto in tutto il mondo. Quella vena di Italo Lupi, così solare e, per giunta, sempre generatrice di idee e di accostamenti trasversali […], scoccava dall'insolito incrocio di tre ingredienti formativi. Come quasi tutti, da piccolo anche Lupi aveva subito un imprinting visivo basato sui fumetti (soprattutto Hugo Pratt e Davide Faustinelli, ma anche i personaggi sorridenti di Topolino). Ma erano due giornalini che uscivano in Italia durante i periodi delle Am-Lire che avrebbero formato per sempre il suo gusto grafico: uno era americano, si chiamava Victory ed era pieno di grandi foto - un po' sulla falsariga di Life mentre l'altro, Il Mese, in formato tascabile, era pubblicato dagli al posto delle foto presentava disegni, illustrazioni, titoli e testi, stampati tutti in caratteri molto semplici ed eleganti: più avanti sarebbe uscito con il titolo L'Eco del Mondo e sarebbe stato impaginato niente meno che da Bruno Munari […]. Quando Lupi frequentava il Politecnico di Milano tra i suoi "Prof" c'erano persone importanti come Pier Giacomo Castiglioni, Vittorio Gregotti ed Ernesto Nathan Rogers, ma chi lo avrebbe influenzato di più erano i tecnici della vicina Tipografia Neograph dove imparò presto a distinguere i mezzani dai quartiroli, il Cicero dal corpo 10, l'interlinea dall'allineamento, il taccheggio manuale dall'avviamento automatico sulle mitiche Heidelberg […]. I milanesi, in modo particolare, non potranno mai dimenticare quanto Lupi ha fatto per la sua città d'adozione: durante i suoi anni a La Rinascente (con Roberto Orefice e Mario Bellini), con il suo incessante lavoro svolto per la Triennale, con la gaia modernizzazione della identity per il Museo Poldi Pezzoli e, infine, attraverso le pazienti e appassionate linee guida che, in oltre quattro decadi, Lupi ha proposto ad Abitare e Domus, come art director prima e, nuovamente fino a pochi mesi fa, ad Abitare – questa volta anche in veste di direttore. […] Con il ritorno di Lupi ad Abitare nella duplice veste di art director e di direttore, finalmente quella visuale italiana si allargò: si incominciò a parlare di cross-over culturali, di prodotti e mercati, di rapporti di lavoro, personali e familiari, di vicendevoli feedback tra progetti, produzione, società e comunicazione. Era nato un modo più aperto, più divertente e, se vogliamo, più dialogante e flessibile di trattare l'architettura e il design.

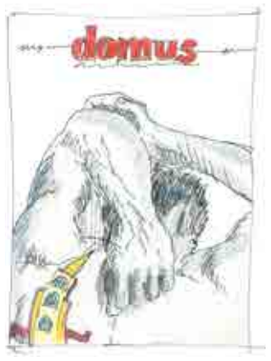
"Sir Italo Lupi... I presume!"

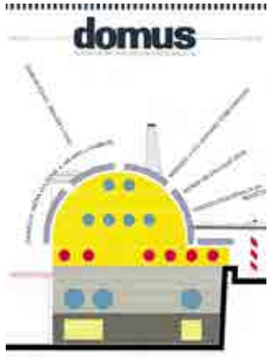


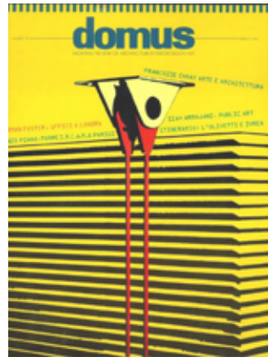


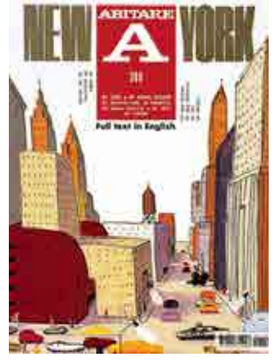












A destra:
1986-1992, Domus
1992-1996, Abitare
1993, Bozza If (IBM Italia)
1979, Museo in progress XVI Triennale
1981, Marchio Museo Poldi Pezzoli di Milano
1979, Manifesto XVI Triennale
© Sitographics

Approfondimento

The swinging city

L’esuberanza londinese

Edoardo Frittoli Quando il “Time” titolò “London: the swinging city” una delle copertine dell’inizio del 1966, le insegne variopinte di Carnaby Street avevano già fatto il giro del mondo. Milioni di orecchie ascoltarono le note che erano nate lì. Siamo a Londra, alla metà degli anni sessanta. Le macerie della guerra, le lacrime e il sangue promessi da Churchill sono ormai solo un ricordo. E anche se la decolonizzazione britannica è cosa fatta all’inizio degli anni ‘60, Londra sarà ancora una volta capitale di un impero: quello dello stile. I suoi sudditi sono soprattutto i giovani del “baby boom”, che negli anni ruggenti arrivano al 40% della popolazione. A Londra poi, più che nel resto del Paese, il potere d’acquisto era cresciuto velocemente, innescando nuove possibilità orientate ad un consumismo che fino ad allora gli europei avevano potuto ammirare soltanto oltreoceano, quello dell’”american dream”. Nel 1966 le polarità si invertirono e fu Londra a dettare moda in America. I Beatles avevano girato gli Stati Uniti tra i pianti isterici delle fan; Bob Dylan era stato a Londra nel 1965 a svolta elettrica avvenuta. Il quartiere di Soho era il cuore pulsante della nuova linfa “brit”, dove era sorto l’atelier di moda di Mary Quant che con il suo taglio di capelli a caschetto cambiò per sempre il look femminile inventandosi la minigonna. A Carnaby Street nascevano i primi shop unisex, dalle insegne multicolor e costellati di elementi grafici innovativi. Il denominatore comune garantito dalla crescita del benessere giovanile era la libertà, che nel 1966 ancora si esprimeva nel suo aspetto più edonistico e di costume, ma che gettava le basi per una rottura generazionale che si consumerà appena due anni più tardi, nel 1968.

Un’onda inarrestabile aveva trascinato una delle società più conservatrici dell’occidente di nuovo al centro del mondo, non più capitale di un impero, ma culla dello stile.

Sfoglia la gallery

L’amore per Londra e lo sguardo internazionale

Marco Belpoliti La grafica è una delle poche attività umane in cui si cerca di produrre ciò che ancora non c’è, ma appena lo si è fatto, ci si accorge che invece c’era già. L’originalità non è mai nell’opera, bensì nel segno, nello stile, anche se questo è nel grafico stesso mutevole. Nel momento in cui Italo Lupi, uno dei maestri della grafica italiana, giunto al giro di boa degli ottant’anni, costruisce un’autobiografia in cui riassume la sua vita professionale, allinea, accanto ai propri lavori, oggetti, libri, segni di altri, che l’hanno ispirato e influenzato. Non può farne a meno perché la grafica, pur essendo un lavoro fortemente individuale, ha uno spiccato carattere collettivo: appartiene a tutti, a chi guarda, alla comunità, e soprattutto all’epoca in cui è stato fatto. Il grafico è un semisconosciuto: tutti vedono quello che fa, nessuno sa chi l’ha fatto. [...] Ma qual è il segno grafico, lo stile di Italo Lupi? Mendini dice: la grande tradizione milanese più l’empirismo anglosassone. In una parola: vintage. Una miscela in cui il passato si presenta come sempre contemporaneo, e dove si accorpano il rigore della borghesia milanese d’altri tempi, la pop art versione londinese anni Sessanta, il cross-over tra grafica e architettura, letteratura e arti visive, comunicazione ed estetica. Senza i fumetti di Hugo Pratt, il segno nervoso di Guido Crepax, Topolino, le riviste americane del secondo dopoguerra, la lezione di Huber e Provinciali, come di Fletcher e Glass, il segno morbido, suadente, pastoso di Italo Lupi non avrebbe potuto raccontare gli anni che vanno dal 1971 – data di uscita della rivista Shop – al 2007, quando lascia Abitare, chiudendo il ciclo che l’ha portato, da grafico e art director, lui laureato in architettura, a trasformarsi in un maestro indiscusso del contemporaneo. [...]

Ho un legame particolare con l’Inghilterra, non solo perchè mi piacciono le cose di Pentagram, ma perché mi diverte la cultura visiva inglese: è interessante andare in giro, vedere le cose, dalle insegne nei negozi ai manifesti nella metropolitana. Si capisce che c’è un salto di civiltà notevole, perchè l’Inghilterra è un luogo in cui la gente sa che non bisogna avere troppa fantasia, ma che nel momento in cui non c’è un eccesso di fantasia in realtà si ha molta inventiva. Inoltre l’inglese è una lingua che permette molto facilmente di fare quelli che una volta si chiamavano slogan, cioè riesce a costruire frasi molto essenziali ed efficaci. Gli inglesi fanno derivare dalla costruzione linguistica una serie di costruzioni grafiche che sono molto forti, in cui spesso c’è ironia, e in cui la forma del carattere è fondamentale.

«NELLA MIA CARRIERA, TRA IL MERAVIGLIOSO ORDINE RAZIONALE DELLA SCUOLA SVIZZERA E QUELLO MOLTO AMATO DELLA SCUOLA MILANESE, MI È SEMBRATO PIÙ CONGENIALE SCEGLIERE L’EMPIRISMO DEGLI STUDI INGLESI.»

2013 © Umbreen Hafeez, Big Ben at dusk

In alto a sinistra
1968, Manifesti sulla lotta operaia
1975, Manifesti Albe Steiner
1974, Manifesti per il Mantenimento del divorzio, Italo Lupi
1975, Manifesto per il PSI, Italo Lupi
A destra:
Manifesto per la Scuola Umanitaria Albe Steiner

Manifesti Sociali

Lup-In-Act

A.G. Contro il postmoderno, a favore di cosa?
I.L. Sono un realista che si batte contro coloro che hanno voglia di stupire. Ho lavorato per aziende importanti, ho allestito spazi per musei e gallerie, ho creato poster, progettato campagne per città e immaginato gabbie grafiche per progetti editoriali. Non ho mai pensato che tutto questo dovesse avvenire solo per abbellire la realtà.

A.G. La nostra realtà è oggi molto cupa.
I. L. È vero e aggiungo di difficile lettura. Ma in fondo non è diversa dagli anni Settanta. “Anni di piombo” li definirono. E anche allora il terrorismo era un soggetto destabilizzante. Tutto ciò non impedì che il talento grafico trovasse la sua strada. Penso ai giornali che sono nati allora, tra cui Repubblica. O riviste opposte come Alfabeta o Re Nudo. Davano immediatamente l’idea di un nuovo modo di comunicare. È a questo che servono le invenzioni grafiche. Negli anni Settanta si produsse la grafica di utilità sociale e fu un modo per reagire alla dissoluzione, allora in corso, dei legami sociali. Oggi vedo molta più confusione è difficile immaginare dove si dirigerà la grafica anche se i talenti non mancano.

Approfondimento

Il “no” che cambiò l’Italia

La storia del referendum sul divorzio

Silvia Morosi e Paolo Rastelli La legge che introdusse il divorzio in Italia fu approvata definitivamente dalla Camera il primo dicembre del 1970 con 319 voti favorevoli e 286 contrari (605 i votanti e presenti in Aula), al termine di una seduta conclusasi alle 5,40 del mattino con votazioni iniziate alle 10 del giorno precedente. Era il 12 maggio del 1974 quando gli italiani furono chiamati alle urne per il primo referendum abrogativo della storia della Repubblica. Si votò anche il 13 maggio. I “no” trionfarono e la legge introdotta grazie all’iniziativa di due parlamentari laici (il socialista Loris Fortuna e il liberale Antonio Baslini) restò in vigore. Un referendum a suon di manifesti e slogan, tra “La famiglia deve vincere, vota sì” e “Il mondo ci guarda, gli italiani votano no”. Da una parte i sostenitori del “sì” e “dell’integrità della famiglia” (Dc, Msi e Comitati civici), dall’altra i promotori del “no” e della “libertà di scelta” (Pci, Psi, Partito radicale e associazioni laiche). La preoccupazione più grande dei partiti a favore dell’istituto era legata alla formula abrogativa: gli italiani avrebbero infatti potuto confondersi e votare “sì” pensando di contribuire alla causa del divorzio. Per questo motivo i manifesti dei “no” apparivano più semplici e meno evocativi, con l’utilizzo di parole come “libertà” e “scelta” accanto alla spiegazione del voto. Alle urne si recarono 33 milioni e 23mila 179 elettori (37 milioni 646 mila 322 erano gli aventi diritto), pari all’87,72 per cento. I “no” che confermarono il divorzio furono quasi il 60% (19 milioni 138mila 300), i “sì”, quindi i contrari all’istituto che ne chiedevano la cancellazione, furono il 40,74%, (13 milioni 157mila 558). Quel 12 maggio 1974 cambiò la famiglia italiana.

Campagna a sostegno della legge istitutiva del divorzio in italia. Questa è forse una delle prime campagne politiche concepita con un minimo di coerenza formale. Abbiamo lavorato in molti a questa campagna dando vita a un gruppo di lavoro. Io mi occupavo prevalentemente, ma non solo, del progetto grafico. E poi, finalmente e una volta tanto, una grande vittoria.

© Novecento

Approfondisci

© Autobiografia Grafica, Italo Lupi

1970. Mostra del Compasso d’Oro

Un allestimento “d’Oro”

I.L. The exhibition for the Compasso d’Oro was made together with my friend and then associate Roberto Lucci. It was located in a very large ancient room of the Sforza Castle in Milan. The room is decorated with enormous Italian and Flemish schools tapestry that strongly characterize the place. Considering their looming presence, we decided to shield the objects within a corridor that was entirely built in white laminate, and lighten by a series of milky white bulbs. On the inner walls of the corridor, there was a long shelf that housed the awarded objects, while outside there was the word ‘Compasso d’Oro’ along the whole lenght of the corridor. The text was not made by stickers like today, but was entirely painted by hand following our plan. The outline of the letters was traced with a pencil, and then painted internally with brushes of various sizes. But I remember a very fat gentleman, very fast and very good at drawing letters directly by brush, without having a track to follow. He was able to achieve a flawless replica of Bodoni or Helvetica.

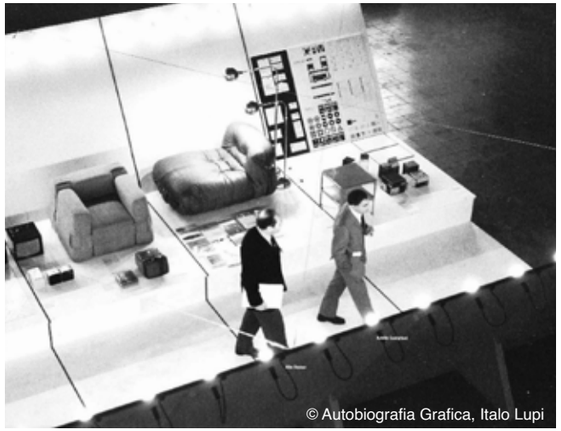
I.L. La mostra per il Compasso d’Oro è stata realizzata insieme al mio amico e poi socio Roberto Lucci. Si trovava in una stanza molto grande e antica del Castello Sforzesco di Milano. La stanza è decorata con enormi arazzi italiani e fiamminghi che caratterizzano fortemente il luogo. Considerando la loro incombente presenza, abbiamo deciso di schermare gli oggetti entro un corridoio interamente costruito in laminato bianco, allegerito con una serie di bulbi bianco latte. Sulle pareti interne del corridoio vi era una lunga mensola che ospitava gli oggetti premiati, mentre fuori la scritta “Compasso d’Oro” lungo l’intera lunghezza del corridoio. Il testo non era stato realizzato con adesivi come oggi, ma interamente dipinto a mano. Il contorno delle lettere è stato tracciato con una matita, e poi dipinto all’interno con pennelli di varie dimensioni. Ma ricordo un signore molto grasso, molto veloce e molto bravo a disegnare lettere direttamente col pennello, senza una traccia da seguire. Era in grado di ottenere una replica impeccabile del Bodoni o dell’Helvetica.

Approfondimento

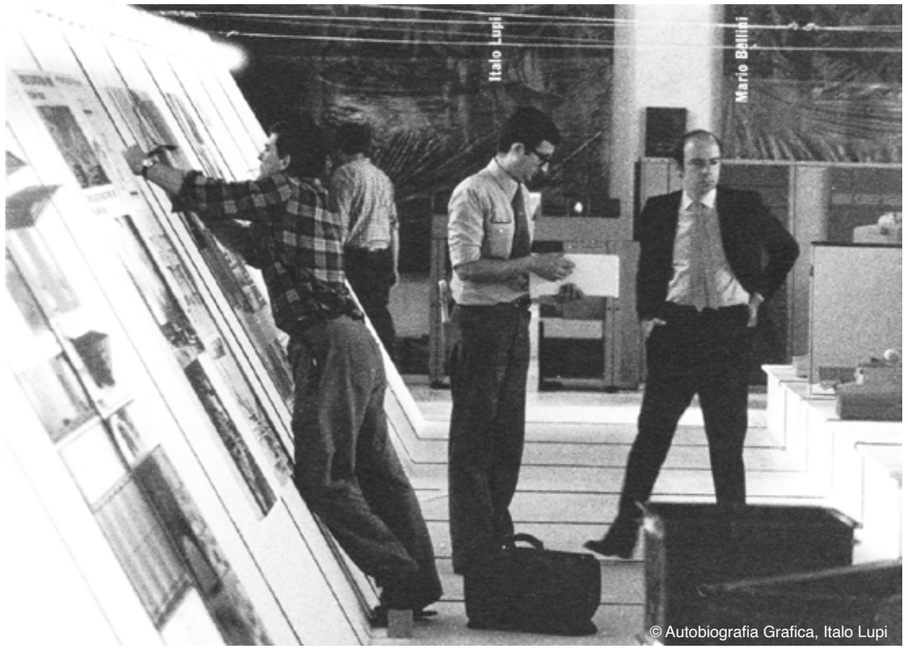
Il Compasso d’Oro

Storia del premio

Luciano Galimberti “Mio caro amico, le scrivo in gran fretta. Parto fra mezz’ora per bombardare Grahovo [...] Il titolo per la Società è questo. L’ho trovato ieri sul vallone di Chiapovan: LA RINASCENTE. È semplice, chiaro e opportuno”. Con queste poche righe, nel 1917, Gabriele D’Annunzio comunicava al Senatore Borletti il nuovo nome per la società che aveva appena rilevato dai fratelli Bocconi. Un nome semplice e chiaro, certamente, ma perché “opportuno”? Perché quella che chiameremmo oggi mission era: diventare il riferimento culturale per la nuova borghesia, che viveva l’esperienza di una società modernista affrontando per la prima volta, senza falsi pudori, problemi di praticità, igiene e gusto rinnovato. Ma la vera novità è che un magazzino, un ‘negozio’, si fa carico di colmare un gap produttivo italiano, promuovendo cosi nuove tecniche, nuove professionalità, una nuova estetica. In quegli anni La Rinascente inventa di fatto un modello inedito di relazione tra progetto, produzione e mercato. Finita la seconda guerra mondiale, un intero paese era da ricostruire dalle basi. In questo clima, nel 1951, si svolge la IX Triennale di Milano. Il tema di riferimento era: la forma dell’utile. La Rinascente partecipa a questa esposizione con un ambizioso prototipo di casa “moderna” arredato su disegno di Franco Albini. Un successo clamoroso, che convince La Rinascente ad approfondire la questione di una nuova estetica applicata a tutti gli oggetti che compongono il nostro panorama quotidiano e ad immaginare e organizzare un vero e proprio premio, con l’obbiettivo di riconoscere e promuovere quei prodotti che si distinguevano per qualità culturali ed estetiche. Nasce il Premio Compasso d’Oro. La sua prima edizione vede la luce nel 1954. D’Oro ovviamente in quanto metallo prezioso, ma d’Oro perché riferito al compasso usato dagli scultori per definire le proporzioni sulla base delle regole dell’armonia aurea. Generazioni di progettisti, si sono aggrappati all’idea di armonia espressa nella sezione aurea. Un’armonia intrinseca, magari



non facilmente descrivibile agli occhi profani, eppure cosi facilmente percepibile, cosi inspiegabilmente rassicurante e pacificante. Riferirsi a questi principi sembrò coerente con la cultura e l'impegno dei professionisti interpellati. Un impegno civile prima che di professionalità, un impegno che voleva mettere al centro del progetto moderno l'uomo e la sua felicità. Utopico? forse, ma di straordinaria attualità. Se davvero i progettisti avessero saputo tenere al centro dei propri progetti l'uomo, oggi vivremmo in un mondo migliore. Ecco: il Premio Compasso d'Oro, ha sempre cercato di tenere l'uomo al centro. Non è poca cosa. In oltre sessant'anni di storia il Premio Compasso d'Oro ha rilasciato poco più di 320 Compassi. Un premio che ha assunto sempre più valenza istituzionale, candidando il nostro miglior design nel mondo a un ruolo di riferimento culturale prima che estetico. Per proiettare il premio in una dimensione più istituzionale La Rinascente decide nel 1958 di passarlo ad ADI Associazione per il Disegno Industriale, una associazione non corporativa, anzi: un'organizzazione capace di costruire un dialogo virtuoso e articolato tra le differenti componenti del progetto industriale. Oggi il Compasso d'Oro ha cadenza biennale e si alterna a una edizione anch'essa biennale della versione tematica internazionale. Ogni anno catalizza l'attenzione degli addetti ai lavori, che lo paragonano al Nobel per il design, ma è anche capace di coinvolgere il grande pubblico. All'interno del premio viene inoltre assegnata la Targa Giovani, che nell'edizione tematica internazionale ha valenza di concreto sostegno economico allo sviluppo di una startup giovanile. Il premio nel tempo si è dato un percorso di selezione articolato e con criteri di scientificità. Attraverso una commissione permanente composta da oltre cento esperti nei diversi ambiti analizzati, il percorso di selezione biennale si sviluppa in tre differenti commissioni: territoriale (vero e proprio scouting tra le eccellenze italiane), tematica (capace di entrare nel merito specifico delle proposte) e infine una commissione scientifica di cinque persone, che selezionano circa quattrocento prodotti in due anni. Prodotti che vengono infine giudicati da una giuria internazionale e sempre più multidisciplinare per arrivare alla definizione di non più di venti Premi Compassi d'Oro per ogni edizione.



© Autobiografia Grafica, Italo Lupi

© Area-arch

Fonti

Articoli e citazioni

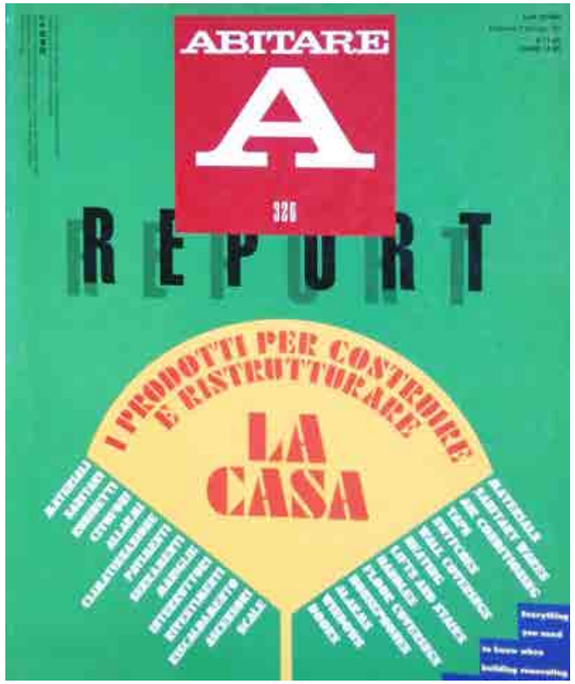
- Till Neuburg, *lettura per la nomina nella Hall of Fame dell'Art Directors Club di Milano,* 2007 tratto da Autobiografia Grafica (p. 86-88), Italo Lupi, Mantova, Corraini, 2013 Pg. 9-10
- Edoardo Frittoli, *50 anni fa la "Swinging London"* in Panorama https://www.panorama.it/cultura/50-anni-fa-la-swinging-london-foto/ Pg. 12
- Marco Belpoliti, *Italo Lupi: Il mondo è un album di idee colorate* in LaStampa www.lastampa.it/2014/01/13/cultura/italo-lupi-il-mondo-un-album-di-idee-colorate-fWh8C8bS9naSuLrI6MbHHK/pagina.html Pg. 14
- "Nella mia carriera [...] inglesi." Italo Lupi, *discorso per la Laura ad Honorem in Design della Comunicazione*, 2015 Pg. 15
- "Ho un legame [...] fondamentali." Italo Lupi, *Intervista di Alessandro Busseni e Cecilia Pirovano*, Id-Lab http://www.ceciliapirovano.it/italo-lupi/ Pg. 14
- Antonio Gnoli, *Italo Lupi: Ho lottato contro la voglia di stupire, anche nella grafica serve la- verità,* in Repubblica www.repubblica.it/cultura/2015/12/13/news/italo_lupi_ho_lottato_contro_la_voglia_di_stupire_anche_nella_grafica_serve_la_verita_-129392800/ Pg.17
- "Campagna [...] grande vittoria", Italo Lupi in Autobiografia Grafica (p. 350), Mantova, Corraini, 2013 Pg. 18
- Silvia Morosi e Paolo Rastelli, *Il "no" che cambiò l'Italia: storia del referendum sul divorzio*, in Corriere della sera www.pochestorie.corriere.it/2017/05/11/il-no-che-cambio-litalia-la-storia-del-referendum-sul-divorzio/ Pg. 18
- Nicola-Matteo Munari, *Italo Lupi,* in DesignCulture, http://www.designculture.it/interview/italo-lupi.html Pg. 21
- Luciano Galimberti, *Storia e retroscena del Premio Compasso d'Oro,* in Riflesso, www.riflesso.info/index.php?option=com_k2&view=item&id=1522:storia-e-retroscena-del-premio-compasso-d-oro&Itemid=323 Pg. 22-24

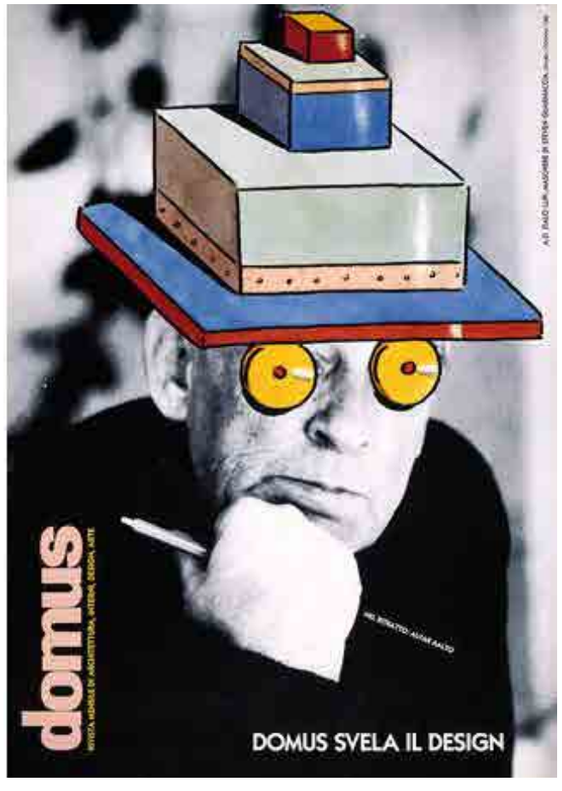
Immagini e collegamenti

- *Editoriale e copertine per la rivista bimestrale Shop*, 1971-1972, Autobiografia Grafica (p. 86-88), Italo Lupi, Mantova, Corraini, 2013 Pg. 8
- *Copertine per la rivista Victory*, 1943 e 1945 www.rubylane.com/ni/search?q=VICTORY%20magazine Pg. 8
- Romano Scarpa, *Bozza Topolino,* 1990 www.fumettologica.it/2018/11/romano-scarpa-topolino-fumetti-disney/ Pg. 8
- Hugo Pratt, *Corto Maltese,* in Pif n° 1355, 20 maggio 1971 www.guidafumettoitaliano.com/protagonisti/quella-volta-che-vidi-nascere-corto-maltese Pg. 8
- Italo Lupi, *progetto grafico editoriale per la copertina di Abitare*, 1994 e 1996 www.sitographics.it/imagini_lupi.html Pg. 11
- Italo Lupi, *progetto grafico editoriale per la copertina di Domus*, 1986-1992 www.sitographics.it/imagini_lupi.html Pg. 11
- Italo Lupi, *layout per la copertina della rivista If (gruppo IBM)*, 1993 www.sitographics.it/imagini_lupi.html Pg. 11
- Italo Lupi, *Manifesto del Museo in Progress della XVI Triennale di Milano*, 1981 www.sitographics.it/imagini_lupi.html Pg. 11
- Italo Lupi, *marchio del Museo Poldi Pezzoli di Milano*, 1981 www.sitographics.it/imagini_lupi.html Pg. 11
- Italo Lupi, *Manifesto della XVI Triennale di Milano*, 1979 www.sitographics.it/imagini_lupi.html Pg. 11
- Richard Friedman, *Piccadilly Circus,* Giugno 1966 www.flickr.com/photos/rchrd/ 4980605206 Pg. 13
- *Shopping a Londra*, 1966 www.panorama.it/cultura/50-anni-fa-la-swinging-london-foto/ Pg. 13
- Umbreen Hafeez, *Big Ben at dusk*, 3 Gennaio 2013 www.flickr.com/photos/pakinuttah/ Pg. 15
- Italo Lupi, *Campagna per il mantenimento del divorzio: Collettivo per il No*, 1974, Autobiografia Grafica (p. 350), Italo Lupi, Mantova, Corraini, 2013 Pg. 16
- Albe Steiner, *Manifesto per il 25 Aprile,* 1973 e Umanitaria www.sitographics.it/imagini_steiner.html Pg. 16
- *Manifesti lotta operaia www.nelvento.net/archivio/68/ms/bologna/bologna.htm* Pg. 16
- Manifestazione mantenimento del divorzio www.novecento.org/didattica-in-classe/il-divorzio-quando-la-societa-italiana-cambio-radicalmente-3097/ Pg. 19
- Allestimento Mostra del Compasso d'oro, 1969, Sala degli Arazzi, Castello Sforzesco, Milano, Autobiografia Grafica (p. 350), Italo Lupi, Mantova, Corraini, 2013; in ordine: Lettering dipinto a mano sul laminato bianco, Albe Steiner e Achille Castiglioni in visita, Allestimento della mostra, Mario Bellini in visita e Italo Lupi Pg. 20-25
- Opuscolo con foto dei premi e delle mostre del 1954 e 1955 con il marchio del Compasso d'Oro progettato da Lica e Albe Steiner www.domusweb.it/it/notizie/2015/11/30/licalbe_steiner_grafici_partigiani.html Pg. 23
- Foto dei premi della XXV Edizione della Mostra del Compasso d'Oro ADI impilati www.valentinadecarolis.com/2018/06/22/xxv-compasso-doro-adi-il-miglior-design-di-oggi/ Pg. 23
- Foto del premio Compasso d'Oro www.area-arch.it/os2-75-di-secco-sistemi-vince-il-compasso-doro-adi/ Pg. 25
- Link QR Code www.panorama.it/cultura/50-anni-fa-la-swinging-london-foto/ Pg. 12
- Link QR Code www.pochestorie.corriere.it/2017/05/11/il-no-che-cambio-litalia-la-storia-del-referendum-sul-divorzio/ Pg. 19

1980-1990

Lucrezia Valentini





A sinistra: Copertine Abitare anni 1994 e Copertine Domus anni 1988

Domus e Abitare

Due riviste a confronto

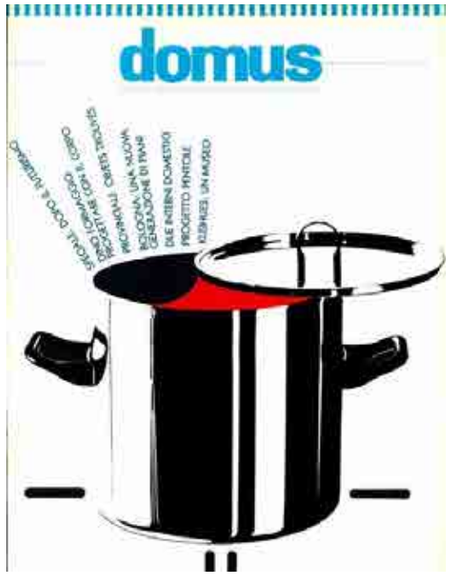
Educational Rai

Vuol fare un resoconto della sua esperienza con le riviste Domus e Abitare?

Direi che ho avuto la fortuna di lavorare in due riviste che sono abbastanza sintomatiche di due modi omologhi, ma molto differenti, di affrontare i problemi che riguardano sia l'architettura che il design. Ho fatto una lunga esperienza in abitare dal '75 - credo - all'86. perciò circa 10 anni di lavoro in redazione di una rivista che si occupava prevalentemente di arredamento e di design e poco di architettura, allora. Poi, sono passato a domus dove sono stato per sei anni con la direzione di mario bellini e sono tornato nel '92 ad abitare.

Quali le differenze e i modi di affrontare i problemi che riguardano la comunicazione di architettura e design nelle due riviste?

Direi che io sono arrivato a Domus, dopo che c'era stato il grande periodo di sandro mendini, che aveva impaginato e rinnovato la rivista,



rispetto ai canoni precedenti di cesare casati e, soprattutto, di Gio' Ponti, e mi sono trovato nelle condizioni di dovere modificare radicalmente l'impaginazione di domus che rimane - mi pare - ancora oggi abbastanza vicina al progetto che avevo fatto allora. Nel '92, quando sono tornato ad abitare, anche qui il problema era quello di dare un'impostazione e un taglio nuovo nella grafica e nel modo di comunicare della rivista. Domus ha u target molto preciso. si rivolge prevalentemente agli architetti o a chi si occupa d'arte e di design. Abitare è una rivista con una diffusione maggiore e, soprattutto, con uno spettro molto differente di lettori. lettori che vanno da un pubblico generico a quello degli specialisti, con uno spostamento che c'è stato in questi ultimi anni verso una più specifica scelta di lettori nel campo degli specialisti di architettura e design. da qui discende una difficoltà maggiore da parte di abitare di comunicare, perché il tono che si deve tenere, sia nello scritto che nell'impaginazione e nella scelta degli argomenti, è una scelta che deve tener conto di uno spettro più ampio di interessi e di una differenza veramente forte culturalmente tra i vari lettori che si avvicinano ad abitare. […] Direi che è quasi ovvio sostenere che il rapporto tra contenuto e forma della rivista è, come in tutte le cose, un fatto, appunto, ovvio, sostanziale. tanto è vero che, a mio modo di vedere, questa cosa è confermata molto dal modo come si fanno oggi certe riviste che, avendo poco da dire, si rivolgono, si valgono di una grafica che è più pensata dal computer che dalla mente della persona che dovrebbe a questo dedicarsi. Il contenuto? è ovvio che la capacità di un grafico è quella di riuscire a capire a chi si rivolge e che cosa deve dire. Una capacità di adeguarsi ai mezzi tecnici, che negli ultimi anni sono stati forniti, ma nello stesso tempo la capacità di non perdere nulla di quella che deve essere la chiarezza di comunicazione e il servizio, che tu, grafico, e tu, direttore di una rivista, devi offrire al lettore, non deve cambiare per nulla. Ci sono state storicamente riviste che hanno segnato delle modifiche fortissime nel modo d'impaginare, nel modo di porgere l'informazione in questi settori. se penso alla casabella degli anni di rogers, in cui gae aulenti impaginava - ed è strano dirlo, ma era lei l'impaginatrice della rivista - e alla casabella di vittorio gregotti, le differenze sono molto forti e sostanziali. La capacità di servirsi di testi molto brevi e di immagini molto grandi che c'era nella rivista di rogers casabella continuità, e quella, invece, più elegante forse, ma più spezzettata e con una prevalenza di testi sulle immagini, della casabella di vittorio gregotti, sono abbastanza paradigmatiche di situazioni molto differenti, pur trattando argomenti molto simili. molto simili? gli stessi argomenti, perché casabella non ha cambiato, poi, gli argomenti di cui si occupa. E così una rivista d'avanguardia, qual era la rivista che mendini faceva quando era direttore di domus, e una rivista che invece, mutate le situazioni politiche e le situazioni sociali, tornava un poco all'ordine,

«LA CAPACITÀ DI UN GRAFICO È QUELLA DI RIUSCIRE A CAPIRE A CHI SI RIVOLGE E CHE COSA DEVE DIRE.»

A sinistra: Copertina Abitare anno 1992 e Copertina Domus

con un’attenzione maggiore all’architettura da parte del direttore, che era allora mario bellini, imponevano un differente modo, anche formale della rivista, di impaginare la rivista.

Che cosa succede oggi?

Oggi succede che, in una facilità enorme di utilizzo di mezzi tecnici nuovissimi, si perda spesso un pochino l’obiettivo che deve essere quello della chiarezza e della capacità di gerarchia delle notizie che si devono dare e nelle illustrazioni che devono essere fornite. perché la gerarchia, che uno deve riuscire a capire immediatamente, è una gerarchia che parte da una sintesi estrema, rispetto alla massa d’illustrazioni che ti arrivano sul tavolo e la massa di notizie che tu devi dare. […] Una delle caratteristiche della rivista che mi piace impaginare, mi piace molto dirigere, cioè abitare, è quella che gli argomenti sono molto vari. ci sono argomenti specifici e argomenti che sono tangenti alle materie principali, che sono l’architettura degli interni, il design e l’architettura. trattiamo argomenti come il cinema, il teatro, la letteratura quando serve, quando questi argomenti servono a meglio specificare, a meglio capire dei problemi, che riguardano poi, alla fine, tutti i progettisti. Da qui discende la necessità di rendere la rivista molto variata, perché gli argomenti stessi richiedono trattamenti differenti, ma All’interno di - come dire? - una certa rotondità di progetto, una specie di regia generale della rivista che permette di essere molto differente, a seconda degli argomenti che si trattano e, soprattutto, avere una capacità di trattare, ingrandendo alcune cose in alcuni articoli, rimpicciolendole in altri, dando delle dimensioni differenti alle immagini di cui possiamo servirci e cercando di fare anche quell’operazione, che io ritengo un’operazione culturale basilare per una rivista, che è il repêchage di immagini, che sono immagini che ognuno di noi ha nella memoria e che, riutilizzate oggi, possono servire a sottolineare cose che noi vogliamo dire in questa varietà di argomenti. […] C’è sicuramente un ruolo, che io definirei, se la parola mi è concessa perché è un po’ forte, ‘etico’ della rivista; e il ruolo etico della rivista è quello di fornire ai lettori la capacità di capire i problemi che la rivista tratta. Cioè io ritengo che definire la rivista una rivista di servizio non sia giusto e che, però, lo sforzo è quello di fornire ai lettori capacità di comprensione di una realtà complessa, come quella di oggi.

La sua esperienza con la triennale?

Ci sono dei momenti nella vita di una persona, evidentemente, che sono dei momenti molto emozionanti. e sono dei momenti che faccio proprio coincidere, nella mia esperienza pre-professionale, con le prime triennali che mi è capitato di vedere nella metà degli anni cinquanta. anni cinquanta in cui io, per esempio, ero stato molto colpito, arrivando a milano da una piccola città di provincia come pavia, dalle vetrine di motta, dove erberto carboni esercitava una sua profondissima conoscenza della comunicazione, allestendo vetrine di vago sapore surreale e vagamente munariano. […] L’esperienza che poi, negli anni ottanta, ho fatto diventando art director della triennale è stata un’esperienza che spero abbia tenuto conto delle emozioni che quelle prime triennali mi avevano dato. La mia esperienza è stata all’inizio un’esperienza di comunicatore, nel senso che facevo manifesti, dépliant, opuscoli e mi occupavo di tutta la parte delle comunicazioni della triennale, per diventare poi anche un’esperienza di progettazione di allestimenti della triennale. questi in collaborazione con achille castiglioni. La xvii triennale aveva un generale allestimento fatto tutto da achille castiglioni, da paolo ferrari e da me. e questo è stato l’inizio, anche, di una collaborazione che ritengo molto fattiva e sicuramente molto arricchente per me. Oggi, l’attività di progettazione di spazi d’allestimento è una delle mie attività più amate e preferite e credo che mi dia poi anche degli argomenti da poter portare nella rivista come esperienza e meditazione su un tipo di cultura, in cui l’italia è stata sicuramente maestra. […] C’è sicuramente una differenza. c’è una differenza tra gli anni ottanta e quelli di oggi, in cui evidentemente c’è un pubblico molto più smaliziato; c’è un pubblico che vede tutti i giorni la televisione in modo più intenso. una televisione più moderna di quella che vedeva agli inizi degli anni ottanta. per cui l’adeguamento di alcuni mezzi di comunicazione è straordinario, però devo dire che, come in tutte le cose, i fatti fondamentali, i dati fondamentali del progetto non cambiano e sono legati all’intelligenza e alla capacità di cogliere gli aspetti più importanti di quello che uno vuole comunicare. Credo che, malgrado tutto, ci siano delle differenze. rimane il fatto che noi in questo tempo diamo molto. noi italiani, voglio dire. […] Credo che fare una rivista di architettura, avendo a fianco un architetto di cui si pubblicano i progetti, sarebbe la cosa peggiore; perché i peggiori clienti (fra virgolette) di una rivista di architettura sono gli architetti, nel senso che non hanno mai la capacità di essere sintetici sul lavoro che fanno. mentre la forza di una rivista è quella di capire quali sono le immagini di estrema sintesi che si devono offrire. Ecco, questa cosa con Castiglioni non si porrebbe perché Castiglioni sarebbe un ideale collaboratore anche in questo, nel senso che la sua capacità di scarnificare i problemi, ridurli all’osso e al nocciolo principale per poterli esprimere, poi, con una grandissima forza di comunicazione sia la straordinaria forza di questo straordinario architetto. […] Rispetto alla funzione così propulsiva, appunto, e così anche fondativa di alcune discipline che c’era nelle riviste degli anni trenta, negli anni cinquanta e, poi, fino agli anni sessanta sicuramente, oggi la situazione è mutata; è differente. Non ci sono riviste così schierate su fronti opposti e c’è quello che si verifica anche in altre situazioni sociopolitiche della nazione, in cui si sono un po’ amalgamate certe posizioni. Il lettore d’oggi è un lettore, forse, più disattento in un primo momento; ma, poi,

malgrado tutto, vedo che alla fine, quando uno poi deve progettare, il riferimento lo fa veramente con la rivista stampata, sulla rivista cartacea. La concorrenza oggi è molto più forte. ci sono il triplo, credo, di riviste di quante non ce ne fossero negli anni trenta o, addirittura, negli anni cinquanta. Perciò è difficile riuscire a fare oggi una rivista come si faceva negli anni cinquanta. Io ritengo, poi, che la funzione di una rivista come abitare sia quella di documentare, sì, l'eccellenza dei progetti, ma anche documentare delle cose più quotidiane che la gente normale si trova a dover discutere, delle quali i giornali parlano senza mai dare informazioni che siano non dico esaurienti, ma semplicemente corrette. Allora tu devi fornire alla gente materiale su cui ragionare e reagire, perché poi sono la sostanza delle cose che la gente vive tutti i giorni. Noi, per esempio, ci siamo occupati con un supplemento della scala due, o scala duemila, proposta da gregotti nella bicocca, non perché noi avessimo sposato in toto quel progetto, ma perché ci sembrava utile. se ne parlava da mesi; nessuno aveva visto il progetto; nessuno era in grado di giudicare o capire che cosa questo progetto poteva significare per la cultura della città, allora fornire una prova, una testimonianza ci è sembrato un atto di onestà. Così parecchi altri esempi. Le citazioni abbastanza frequenti che abitare fa, a differenza delle altre riviste, della situazione milanese che non è certamente in questo momento, dal punto di vista dell'architettura, una situazione ricca è, però, una testimonianza di attenzione verso un problema sociale che interessa tutti i cittadini.

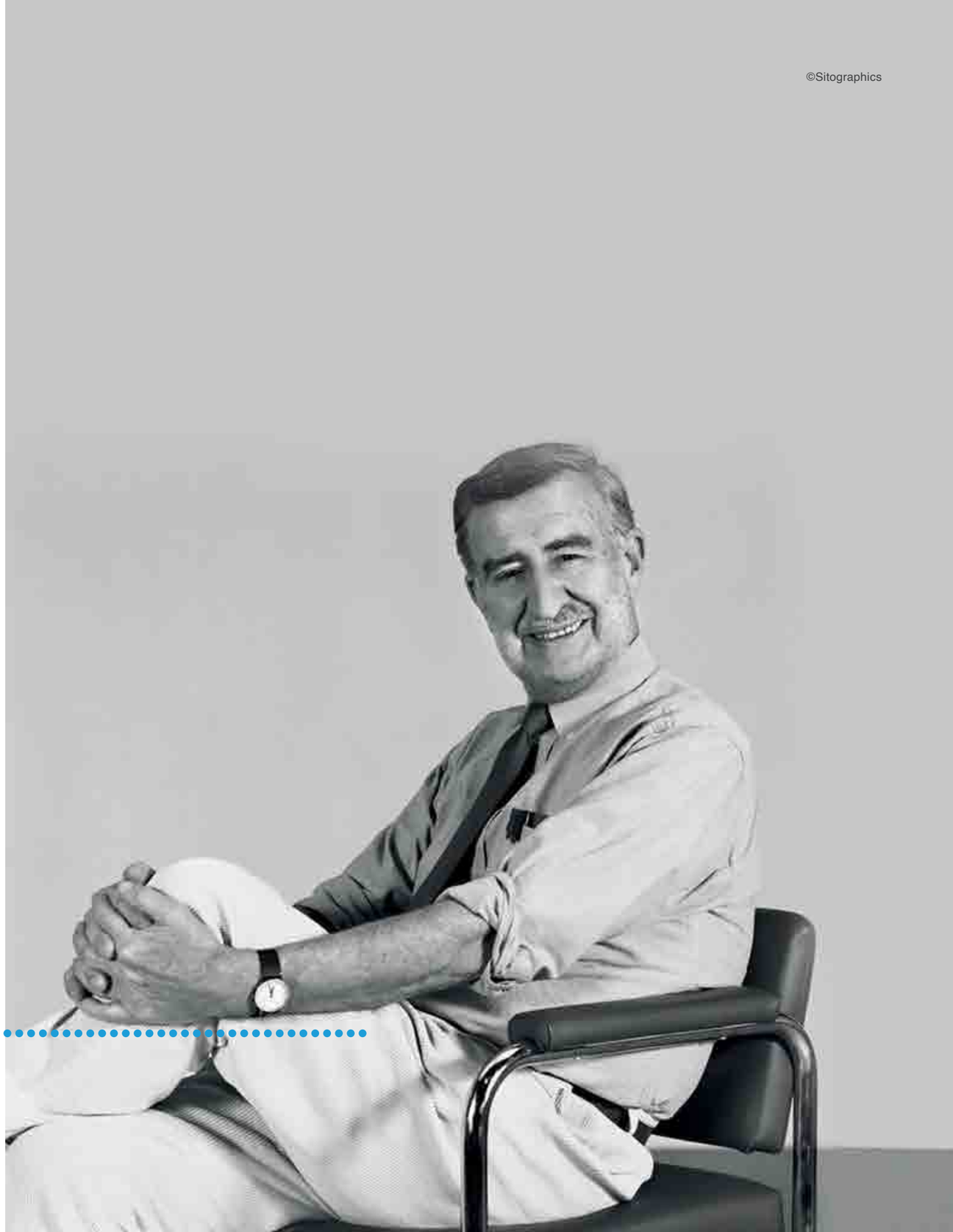
Cosa pensa del futuro del design?

Direi che se la domanda è come dovrei occuparmi sulla rivista del futuro direi che la cosa più intelligente da fare sarebbe quella di tenere conto delle esperienze dei più anziani tra i designer e dei più giovani. forse, salterei le generazioni di mezzo perché mi pare che non contengano gli stimoli per poter capire quello che sarà il futuro.

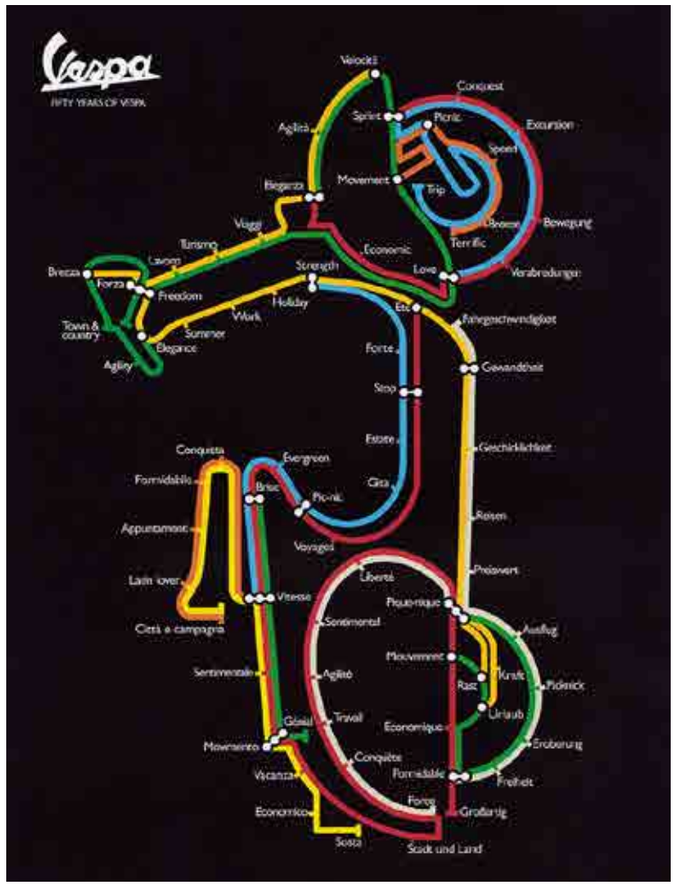
Può raccontare qualcosa su come si fa la rivista?

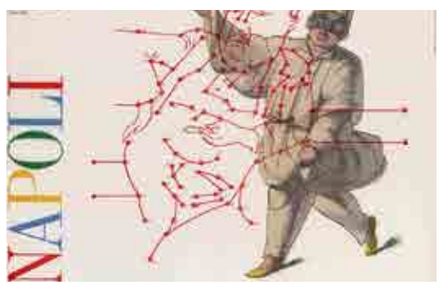
Un disegno molto schematico e molto semplice, ma che parte da una selezione di centinaia di fotografie per arrivare a scegliere quelle poche che poi serviranno per il numero e, con molta pazienza e con una certa velocità, viene tracciato quello che si chiama menabò, o timone, che tiene conto dell'impostazione generale della rivista, ma che, per singole pagine, dà la posizione delle fotografie, dei disegni al tratto, che mi piace molto mettere grandi nelle pagine perché tolgono un po' di quella rigidità che la fotografia spesso dà, e vengono indicate le posizioni delle scritte. Tutto questo poi viene verificato di fronte al computer, che io, ahimé - confesso questo stupido snobismo - non so utilizzare direttamente. Ma ponendomi a fianco delle ragazze che hanno la manovrabilità del computer, riesco a correggere le cose che ho schizzato in modo tradizionale.

«ALLORA TU DEVI FORNIRE ALLA GENTE MATERIALE SU CUI RAGIONARE E REAGIRE, PERCHÉ POI SONO LA SOSTANZA DELLE COSE CHE LA GENTE VIVE TUTTI I GIORNI.»



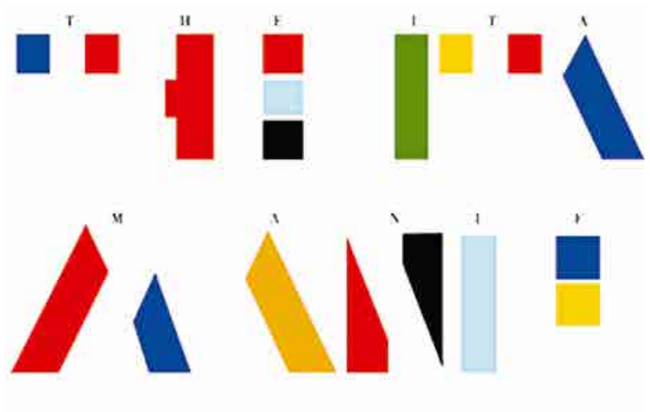
©Sitographics





L’amore per la tipografia

L’unicità dello stile di Italo Lupi



A sinistra, in ordine: Poster per A. De Pedrini, 50 anni della pubblicità televisiva, 50 anni della Vespa, rinnovato stadio milanese e rinascita culturale di Napoli.
A destra: particolare manifesto per conferenza internazionale design ad Aspen

Marco Belpoliti Discreto quanto riservato, Lupi ha messo il proprio segno su allestimenti di mostre e di esposizioni. Quando Mendini parla raccolta di figurine tipografiche coglie in modo icastico una delle peculiarità di questo maestro: il piacere della citazione; meglio: della collezione; insieme al gusto quasi infantile per il ritaglio; e poi l’amore per la tipografia, come scrittura normata del mondo, ma anche sua fantastica interpretazione. Lettera s’intitola un libro fondamentale per Lupi, edito in Svizzera nel 1954 da Arthur Higgli, catalogo rigoroso e bizzarro di caratteri: classici, antichi, modernissimi. La carriera di Lupi comincia dai banchi di scuola – un manifesto per il ballo studentesco del suo liceo, a Milano – e arriva sino al lavoro per le Olimpiadi invernali, le Universiadi e le celebrazioni dei 150 anni dell’Unità a Torino, passando per libri e pubblicità con Prada e il Gruppo Gft. Ma qual è il segno grafico, lo stile di Italo Lupi? Mendini dice: la grande tradizione milanese più l’empirismo anglosassone. In una parola: vintage.

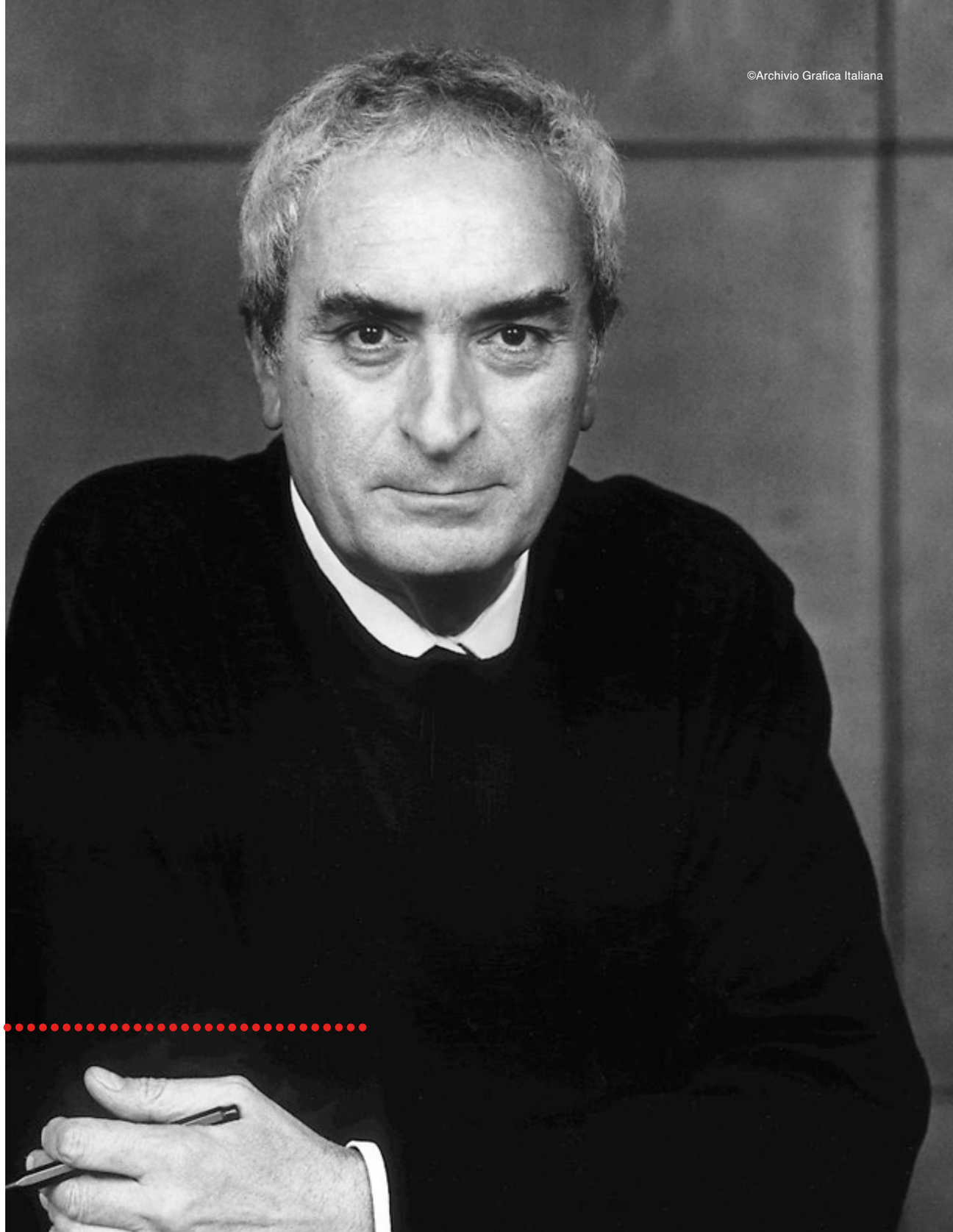
Approfondimento

L’eleganza della semplicità

Massimo Vignelli: educare le masse al gusto

Silvia Icardi «il buon design è senza tempo», «progettare cose effimere è un crimine», «se sai disegnare una cosa, puoi disegnare qualunque cosa», «bisogna dare alla gente ciò di cui ha bisogno non ciò che vuole». «Massimo si è sempre mosso con grande rigore, con un forte senso di responsabilità verso la società oltre che di eleganza intellettuale» dice Milani che lavorò nello studio newyorchese agli inizi degli anni Ottanta e in seguito ha condiviso con Vignelli diverse esperienze d’insegnamento in seminari e workshop in giro per il mondo. «Massimo sentiva di avere una missione precisa: educare le masse al gusto, combattere la volgarità. È nota la sua polemica per il proliferare incontrollato dei caratteri tipografici. Riteneva che fossero sufficienti 5/6 font tra cui l’Helvetica e il Bodoni. Ricordo una volta che durante una lezione lo pregai di ampliare un po’ la rosa: arrivò con sforzo a indicarne dodici». Un rigore che Vignelli sposò anche nel vestire tanto da disegnare i suoi stessi vestiti rigorosamente grigi o neri (forse un lascito della mamma?) perché diceva «siamo stufi di essere dei fashion victim. E se è vero che i miei vestiti mi fanno somigliare a un prete non importa perché il mio è un progetto visuale».

«EPPURE PER ME MASSIMO È IL PUNTO FERMO DI RIFERIMENTO, C’È IN LUI UNA DISCIPLINA IMPROVVISAMENTE INTERROTTA DA COLPI DI POLLICE GENIALI, SEMPRE UGUALE, SEMPRE DIVERSO.»


©Archivio Grafica Italiana

Timbri italico

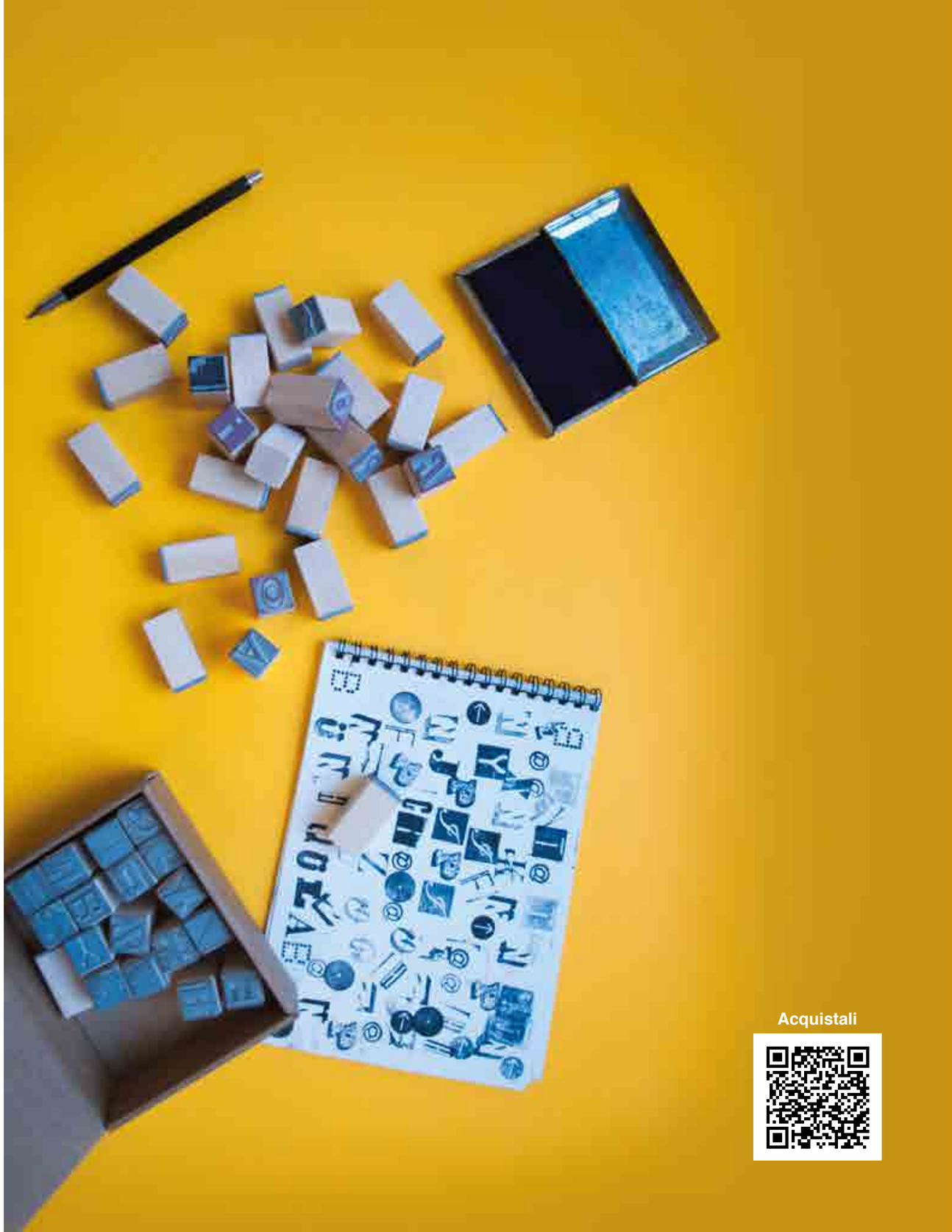
«Sono un carattere... Tipografico!»

A sinistra e nelle seguenti: immagini timbri italico della Corraini

Claudia Stritof Da piccola andare nell'ufficio di mia madre mi rendeva molto felice perché oltre a poter passare le mie ore con lei, sapevo che insieme a mia sorella avremmo potuto giocare per tutto il pomeriggio con i molti e coloratissimi materiali da cancelleria. Abitualmente scrivevo parole e potenziali frasi in un alfabeto sconosciuto con la vecchia e pesante macchina da scrivere, spesso fotocopiavo le mie mani in diverse posizioni, ma prima di tutto timbravo mille fogli bianchi e mille cartellette. C'erano quelli in legno e quelli in plastica, quelli disegnati e quelli con la data modificabile e c'era anche la mia personale collezione di timbri trovati nelle patatine, che mia mamma conservava accuratamente accanto a quelli più seri. Nulla sopravvive al proprio candore se un bambino scopre i timbri, ed è proprio ai "timbratori" pazzi e convulsivi, ma anche a quelli più accurati e pazienti, che la Corraini Edizioni dedica due set di 30 timbri con lettere, numeri, segni grafici internazionali e ancora «caratteri egizi e lineari, gra-

ziati e scritti, lapidari e allegri, seri e sfrontati». Non solo oggetti divertenti e funzionali ma vere e proprie opere di design nate dalla mente di due designer, Italo Lupi e Carin Goldberg. I primo set, dal titolo Italico, dall'omonimo font, è firmato da uno dei più importanti grafici italiani, Italo Lupi, il quale ha dedicato anima e corpo alle proprie passioni (architettura degli allestimenti, progetti di graphic design e di grafica editoriale), raggiungendo importanti traguardi personali e professionali, infatti in molti lo ricorderanno per essere stato lo storico art director di riviste come Domus e Abitare. Il secondo set, dal titolo Monumentale, è ispirato alle tipografie presenti al Cimitero Monumentale di Milano ed è realizzato dall'artista Carin Goldberg, che dall'apertura del suo studio newyorchese di design nel 1982 ha avuto una straordinaria carriera, progettando copertine e grafica di centinaia di magazine e quotidiani del calibro del New Yorker, del New York Tirmes e del Time. Libertà creativa e divertimento sono le uniche regole da rispettare rigorosamente per poter creare opere e combinazioni uniche, che non solo ci porteranno alla scoperta del nuovo, ma che permetteranno di compiere un viaggio nella storia della scrittura e dei suoi font.

LIBERTÀ CREATIVA E DIVERTIMENTO SONO LE UNICHE REGOLE DA RISPETTARE PER POTER CREARE OPERE UNICHE.

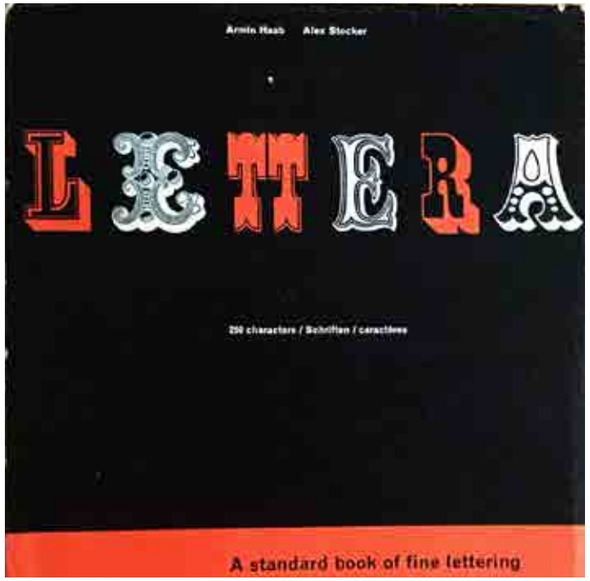


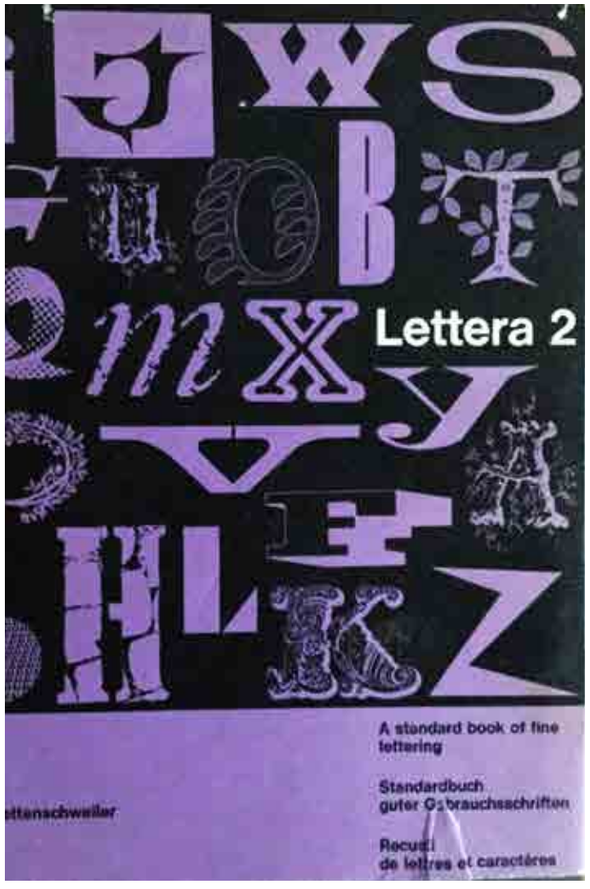
Lettera

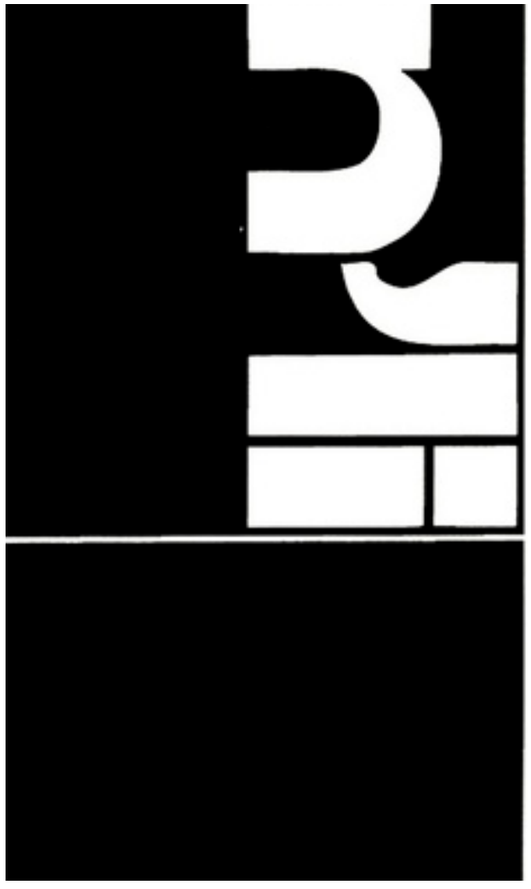
I caratteri dalla Svizzera

Italo Lupi Il vero libro che dalla metà degli anni Cinquanta fino ad oggi ha influenzato i miei percorsi professionali, profondamente insegnandomi libertà di scelte e accostamenti liberi nell'uso della tipografia, è stato un volume 22x24, edito in Svizzera da Arthur Niggli (Teufen AR) nel 1954. Carta Centotrenta, carta non ricca ma perfetta, un titolo mini, "LETTERA", bianco in Medium standard, autori di Armin Haab e Alex Stocker. "Lettera 2" e "Lettera 3". Non un catalogo, ma un coraggioso e ricco accostamen- to di caratteri rigorosi con altri più bizzarri e insoliti: classici, antichi, modernissimi, serif e sans serif. Una guida che ancor oggi consulto con ammirata meraviglia, sempre di aiuto e sempre di illuminanti suggerimenti.

A destra, dall'alto verso il basso: copertine di lettera 1 e 2, pagine interne dei libri e logo dell'autore.
A sinistra: font contenuto nei libri







Fonti

Articoli e citazioni

- Intervista rilasciata a Educational Rai www.educational.rai.it/lezionididesign/designers/LUPII.htm Pg. 31-36
- *La capacità di un grafico è quella di riuscire a capire a chi si rivolge e che cosa deve dire*, in Educational Rai www.educational.rai.it/lezionididesign/designers/LUPII.htm Pg. 33
- Marco Belpoliti, estratto di: *Italo Lupi, il mondo è un album di idee colorate,* La Stampa, 13 gennaio 2014 www.lastampa.it/2014/01/13/cultura/italo-lupi-il-mondo-un-album-di-idee-colorate-fWh8C8bS9naSuLrI6MbHHK/pagina.html Pg. 39
- Silvia Icardi, *Minimalista, elegante, funzionale Il design secondo Massimo Vignelli,* Il Corriere della Sera, 24 giugno 2014, www.milano.corriere.it/notizie/cronaca/14_giugno_24/minimalista-elegante-funzionale-design-secondo-massimo-vignelli Pg. 40
- *Eppure per me Massimo è il punto fermo di riferimento, c'è in lui una disciplina improvvisamente interrotta da colpi di pollice geniali, sempre uguale, sempre diverso,* Italo Lupi, Autobiografia Grafica (pg.127), Mantova, Corraini, 2013 Pg. 40
- Claudia Stritof, *Da Corraini timbri matti per timbratori compulsivi*, FrizziFrizzi.it, 12 gennaio 2016 www.frizzifrizzi.it/2016/01/12/timbri-matti-per-timbratori-compulsivi/ Pg. 43-44
- Italo Lupi, Autobiografia Grafica (pg.13), Mantova, Corraini, 2013 Pg. 46

Immagini e collegamenti

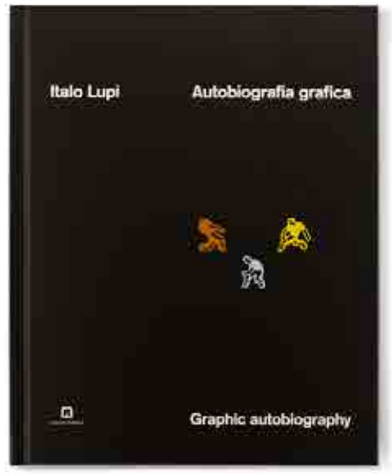
- *Domus svela il design*, Italo Lupi, 1988 www.archiviograficaitaliana.com/project/8/domussvelaildesign Pg. 30
- *Abitare numero 326,* 1994 www.maremagnum.com/libri-antichi/abitare-326-report-i-prodotti-per-costruire-e-ristrutturare/154828406 Pg. 30
- *Abitare numero 327,* 1994 www.maremagnum.com/libri-antichi/abitare-327-la-casa-in-citta-con-scale-scorrevole-con-spazio/154828407 Pg. 30
- Abitare numero 305, 1992 *www.klatmagazine.com/design/italo-lupi-autobiografia-grafica-library-015/12016* Pg. 32
- *Domus numero 752* www.domusweb.it/it/notizie/2015/11/09/italo_lupi_laurea_ad_honorem.html Pg. 32
- *Logo della Triennale,* 1983 www.lombardiavisualdesign.it/2017/09/21/italo-lupi/ Pg. 34
- Fotografia Italo Lupi seduto http://www.sitographics.it/imagini_lupi.html Pg. 37
- Pagine interne autobiografia grafica (pg. 34-35) Pg. 38
- *Poster per la celebrazione dei 50 anni TV,* 1992 www.italolupistudio.com/progetti.asp?s=6&p=204 Pg. 38
- *Manifesto per la rinascita culturale di Napoli,* 1999 www.italolupistudio.com/progetti.asp?s=6&p=222 Pg. 38
- *Poster per l'inaugurazione del Rinnovato Stadio Milanese,* 2009 www.italolupistudio.com/progetti.asp?s=6&p=213 Pg. 38
- *Poster per i 50 anni della Vespa,* 1996 www.ceciliapirovano.it/italo-lupi/ Pg. 38
- *International design conference,* Aspen, 1989 www.italolupistudio.com/progetti.asp?s=6&p=222 Pg. 39
- *Massimo Vignelli,* www.adcglobal.org/hall-of-fame/massimo-vignelli/ Pg. 41
- *Fotografie Timbri italico,* www.corraini.com/it/catalogo/scheda_libro/1172/Italico Pg. 42-45
- *Qr Code,* www.corraini.com/it/catalogo/scheda_libro/1172/Italico Pg. 45
- *Deberny & Peignot Didot font nel libro "Lettera 1",* www.flickr.com/photos/stewf/12573364363 Pg. 46
- *Lettera 1,* www.abebooks.it/Lettera-1-Haab-Armin-Stocker-Alex/22847595891/bd Pg. 47
- *Lettera 2,* www.abebooks.com/Lettera-2-Haab-Armin-Haettenschweiler-Walter/22847595899/bd Pg. 47
- *Logo Niggli-Verlag,* www.graphis.com/logos/c9cc58f6-4b40-11e2-ae70-f23c91dff dec/ Pg. 47
- *Pagine interne di Lettera,* www.coopertypography.wordpress.com/2009/12/30/lettera/ Pg. 47

1990-2000

Letizia Rivolta

Autobiografia Grafica

La Felicità nel progetto



A sinistra: Foto di Leo Torri
In alto: Foto di Corraini edizioni

Stefano Salis Trovo questa frase nel bel mezzo del volume che sto sfogliando con crescente ammirazione per l'immensa quantità, e qualità, di lavoro che vi è raccolta. «Questo libro tratta di argomenti che si prestano alla nostalgia: ma per quanto possibile si tiene alla larga dalle rievocazioni sentimentali: questo è un libro sulla nostalgia piuttosto che un libro nostalgico». La frase è di Giannino Malossi e Italo Lupi, l'autore del libro che guardo, l'ha inserita per parlare di quello che definisce «forse il progetto più divertente della mia carriera».Si trattava, anche allora, di un libro, dal fantastico titolo di This Was Tomorrow (Gruppo GFT, 1990). E la parola «nostalgia» ricorre anche qui, ora, e ripetuta più volte, fin dalle prime pagine. Ma questo che abbiamo tra le mani no, non è, per niente, un libro sulla nostalgia. E nemmeno un libro nostalgico. Al contrario. L'Autobiografia grafica di Italo Lupi – un "manufatto cartaceo" atteso da tempo, cesellato fino all'ultimo da lui stesso, che lo ha elaborato con amore, e accompagnato con rispetto

dall'editore Corraini, che ne ha assecondato tutte le minutaglie d'autore, e che necessita, ora che esiste, ed è così riuscito, di una mostra, di più mostre, che ne siano coronamento – è un libro sulla gioia e sul divertimento; anzi sul gioco, sulla felicità di progettare, di creare, di "saper fare" e "saper vedere". Per sé e per tutti gli altri. La dimensione del gioco, credo non a caso (o magari sì, o magari è un gioco del caso), appare fin dalla copertina. Lupi sceglie infatti tre giocatorini di calcio colorati che campeggiano su fondo nero, da un manifesto che realizzò per lo stadio di San Siro nel 1990 e, in quarta, un bellissimo campo di calcio stilizzato – piccola architettura bidimensionale di gesso su asfalto – con undici tappi a corona, schierati in formazione: ogni tappo un'area nella quale si è cimentata la ostinata, rigorosa, liberissima fantasia progettuale di Lupi, dalla grafica editoriale agli allestimenti, dai poster alla tipografia, dall'advertising al disegno urbano, senza dimenticare i luoghi di provenienza (le Langhe) e

«QUESTO È UN LIBRO SULLA NOSTALGIA PIUTTOSTO CHE UN LIBRO NOSTALGICO.»

d'elezione (Londra). Davvero: una mole impressionante di idee. E di scale di progettazione. Alt. Passo indietro. Stiamo parlando di un'autobiografia. L'autobiografia, però, "grafica", di uno di quei maestri che, quando giocate a fare la top ten dei grafici italiani dell'ultimo mezzo secolo – cioè da quando Lupi è sulla scena – non dovete dimenticare di inserire (siamo nel campionato dei Munari, Huber, Steiner, Grignani, Vignelli...). Bene: la parte autobiografica "stretta" è risolta in 14 righe, elegantemente, direi britannicamente, collocate nell'ultima pagina. Riassunto: I.L., nato a Cagliari nel 1934, si laurea in architettura al Politecnico. Si dedica agli allestimenti, a progetti coordinati di graphic design, è consulente de La Rinascente, di Ibm Italia, della Triennale, art director di «Domus» e poi direttore e art director di «Abitare», ha disegnato la grafica di tante grandi mostre e musei, ha progettato (con Migliore e Servetto), il Look of the City di Torino per le Olimpiadi 2006 e per i 150 anni d'Italia (ancora oggi sulla Mole), è Royal Designer ad honorem a Londra, ha ricevuto due compassi d'oro, il German Design Award e una marea di altri premi, è membro dell'Alliance Graphique Internationale dagli anni 70... Basta, e avanza. Di tutto ciò, Lupi non ci parla. «British» dentro (ma milanesissimo per scuola grafica) sceglie di "mostrare" ciò che ha fatto. E per farlo deve scardinare l'idea stessa di biografia. Non una sequenza cronologica, ma un registro visuale squadernato su doppie pagine di ciò che ha importato (dai due adorati Saul, Steinberg e Bass, a Ben Shahn a Ravilious) nella sua formazione, e di ciò che ha realizzato – compresi i progetti bocciati, grande signorilità, accanto a quelli che lo hanno reso famoso. I testi suoi, sobri, intrisi di pudore, sono affiancati da ripubblicazioni di saggi di amici, collaboratori e compagni di viaggio di una vita – compresa, anche qui: chapeau!, una stroncatura, proprio su queste pagine, di un suo logo della Triennale. E, alla fine, questo libro (in italiano e inglese, già pronto per una platea internazionale), è da guardare, riprendere, consultare, discutere, rivedere. C'è un'intera cultura del progetto visivo che culmina – così mi pare ora – negli interventi di Disegno Urbano, i più "clamorosi". Chi di voi si ricorda la bellezza di Torino imbandierata, con quelle bandiere così tipiche di Lupi (alte e strette), di rosso cinabro per le Olimpiadi 2006 capisce. Lupi ha letteralmente cercato di "impaginare" le città, oltre che giornali, libri, manifesti. Con un segno che si fa sempre più nitido, razionale, privo di orpelli, quanto mai "pensato". Forse una delle doti più caratteristiche della sua carriera è quello di essere un "grafico-pubblico", più che un "grafico-artista". Ossia, Lupi ha privilegiato l'impatto pubblico del (suo) pensiero grafico. Mirabilmente con i suoi lavori, diciamo così en-plein-air, e tenacemente come veicolo della cultura del progetto e della discussione pubblica su tali argomenti da uomo di editoria negli anni di «Domus» e «Abitare», da lui diretta con piglio da capitano (come lo chiamano alcuni suoi allievi). E "capitano" è termine perfetto (riprende la metafora calcistica),

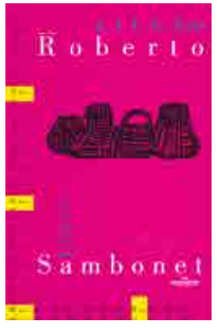
© Efrem Raimondi

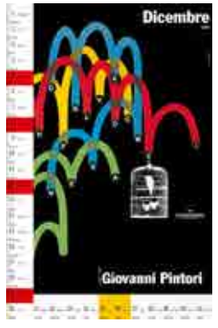
per descrivere questa sua navigazione in mezzo secolo di idee creative. Seguendo la scia di predecessori e maestri illustri – su tutti Achille Castiglioni – ma inoltrandosi in una rotta tutta sua, personale e originale, irriducibile a un gioco di influenze, rimandi, citazioni. Insomma: è "tempo da Lupi" da 50 anni in qua per la grafica italiana e penso che questa sua anomala, e riuscitissima, Autobiografia non indichi solo una strada personale ma anche un tragitto collettivo – a volte ormai datato, ma più spesso ancora fonte di ispirazione – che possa servire alla nuova generazione di grafici (se ci sarà). In «bocca al Lupi» a tutti loro: che sappiano fare con uguale «bellezza e allegria» la loro carriera. Non dimenticandosi che il più bel ritratto è sempre sì una foto (come quella di Luigi Ronchi, in ultima pagina) ma ritoccata a dovere da Steven Guarnaccia. No, niente nostalgia. È ancora – è sempre – tempo di prendersi in giro, tempo di giocare.

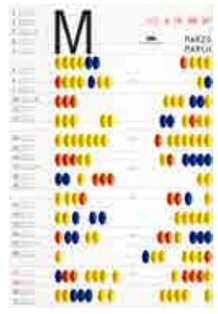
«È ANCORA, È SEMPRE, TEMPO DI PRENDERSI IN GIRO, TEMPO DI GIOCARE.»

© Giovanna Silvana

Foto originale: Klat magazine





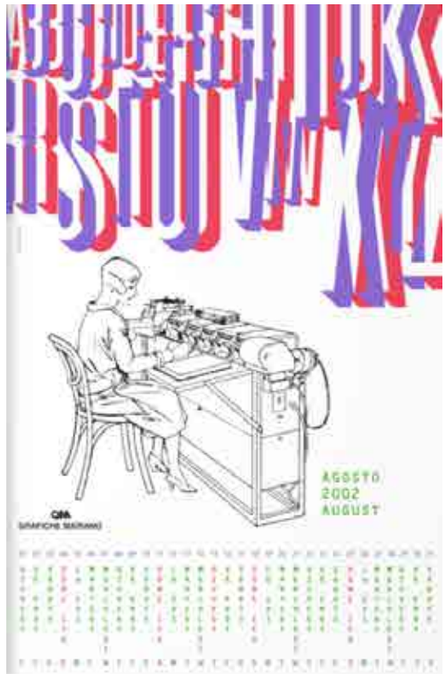


20 Anni di calendari per Grafiche Mariano

Un appuntamento immancabile

Italo Lupi Da ventun anni, arrivato l'autunno, arriva anche il magico momento di pensare al calendario gigante per le Grafiche Mariano che uscirà dopo Natale. Sono state venti invenzioni che, grazie alla generosa intelligenza e liberalità del committente, hanno sempre permesso un uso autonomo di una macrografica e di una straordinaria palette di colori. Le Grafiche Mariano, grande tipografia della Brianza, con la loro qualità di stampa hanno garantito esperimenti e risultati eccellenti su carte differenti e questo grazie all'impegno dei due titolari Giorgio Anziani e Luigino Songia e di tutti i vastissimi collaboratori.

A sinistra e successive: grafiche mariano
A destra: Foto di Claudia Cantaluppi



2002

2003

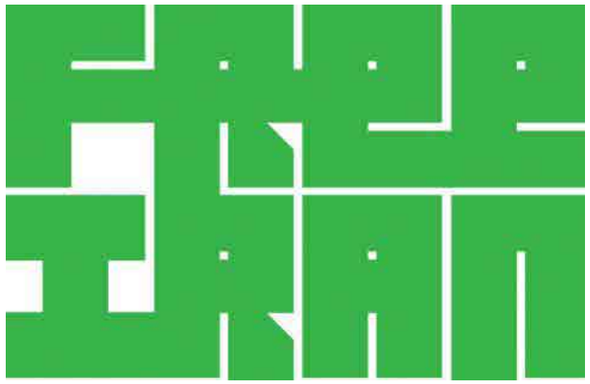
2007

2008

Lup-In-Act

Where is my vote? Iran arte e design da tutto il mondo per il movimento verde

Fred Petrossian Si intitola “Where is my Vote” la mostra allestita dalla School of Visual arts di New York (30 Agosto – 25 Settembre) che raccoglie 150 locandine politiche create per il Movimento Verde iraniano. Le opere, realizzate da grafici da tutto il mondo, sono state prodotte a sostegno delle proteste che hanno accompagnato in Iran le elezioni presidenziali del 2009. Sono state le comunità virtuali, i blogger e i coraggiosi foto-blogger a gettare le fondamenta di questo movimento artistico internazionale. John Wyszniewski, vice direttore per la Comunicazione della School of Visual Arts di New York, spiega in una email a Global Voices: Durante le elezioni iraniane dell’estate 2009 una fotografa iraniana, il cui alias è Green Bird, ha esortato i grafici di tutto il mondo a produrre locandine a sostegno del Movimento Verde. Uno degli artisti contattati, il designer italiano Andrea Rauch, si è offerto di ospitare tutte le creazioni sul sito SocialDesignZine, il blog dell’Associazione Italiana Progettazione per la Comunicazione Visiva (AIAP), da lui curato. Sul sito sono stati così

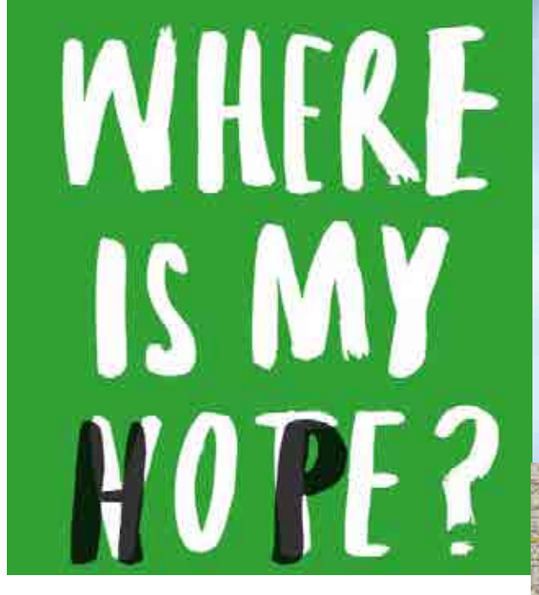


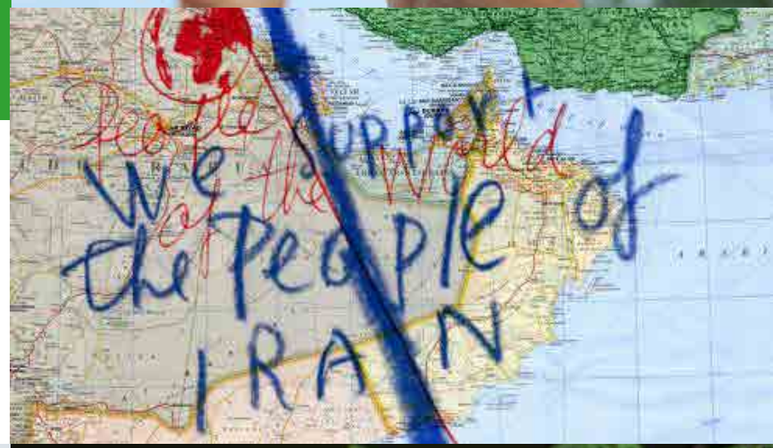
In alto: Socialdesignzine.it
A sinistra: manifesto Italo Lupi

raccolti oltre 200 poster liberamente visionabili. Wyszniewski condivide parte di un'e-mail di Green Bird: "Come stai, amico mio? Spero tutto bene. Sono molto triste in questi giorni; sono morti in tanti in Iran (dopo le elezioni). Ragazzi e ragazze uccisi negli ultimi giorni: le mie lacrime scorrono [per loro]. Quanto sta succedendo in Iran ha rilevanza internazionale, e credo che gli artisti di tutto il mondo debbano sostenere la [nostra] causa: a te, che sei un Grande Illustratore, chiedo di realizzare al più presto una locandina a sostegno della causa; sei iraniano come me, in questi giorni, (…) perciò puoi aiutarmi così (Movimento Verde)." Green Bird ha poi rilanciato le foto delle manifestazioni. Wyszniewski conclude riassumendo così i maggiori concetti che descrivono l'Arte Verde: Unità, Aspirazione alla libertà, Disobbedienza, Speranza.

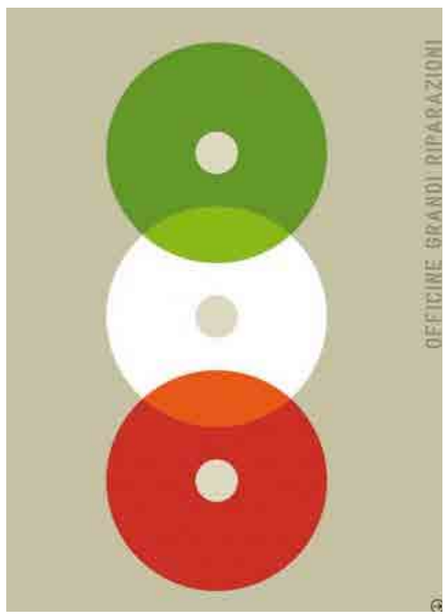
«UNITÀ, ASPIRAZIONE ALLA LIBERTÀ, DISOBBEDIENZA, SPERANZA.»

In basso: globalvoices
A destra: Socialdesignzine.it, Il Giornale.it



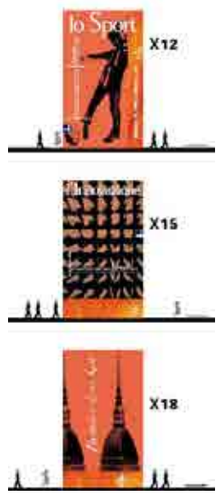


Iran



Torino

Con Torino nel cuore: Olimpiade Invernale 2006



In alto: Look of the city
A sinistra: Ico migliore e Mara Servetto, Michele Venturini, Luca Indemidi

Anna Foppiano Diecimila stendardi, ad accompagnare, ritmare, colorare cinabro le geometrie rettilinee di questa città dalla topografia così raziocinante, e per questo così rassicurante. Arazzi del giorno d'oggi dove la nobiltà rappresentata è quella del pensiero, sintetizzata in poche icone selezionate dalla storia, dai faraoni alla "500". Trecento "anemometri", T in movimento capaci di captare vento, e fermento. Tredici shanghai, alti come le statue equestri che sono un po' dappertutto, certo senza spade ma con messaggi LED in punta […] E ancora, lungo il Po, acqua che nel buio si fa schermo e si accende di proiezioni, anche perché i torinesi, da quando hanno potuto cogliere in un solo sguardo Fibonacci, Antonelli e Merz, preferiscono che a rischiare le loro notti ci pensino gli artisti. E ancora, centocinquanta vasi riempiti da shanghai (o sono forse sci?) come se un moderno Petitot, in viaggio dalla Francia a Parma, si fosse fermato ad allestire con cura un puntuto giardino urbano, una sempre rossa vegetazione metalli

ca. […] Dal centro alla periferia, dalla periferia al centro Spenta la fiamma olimpica. Torino si trova tra due nuovi vestiti. Uno, morale, nel ricordo di chi sia stato suo ospite durante i Giochi, tessuto dalla cortesia e dall'estro dell'accoglienza. Una campionatura, fuori dall'immacolatezza del centro città: il piccolo museo spontaneo delle vetrine dei negozi di via Nizza, chilometri di microscenografie, ingenue ed estrose, inventate per accompagnare i flussi verso Lingotto e Villaggio Olimpico […]. Il secondo materiale, fatto dai segni di questa onda rossa, una struttura visiva discreta che ha riordinato senza sovrastare costruendo prospettive nitide e ben differenziate dal chiasso senza regia della comunicazione commerciale. È del resto, Torino, "città favorevole ai piaceri".

«TORINO INVITA ALLA LOGICA, E ATTRAVERSO LA LOGICA APRE LA VIA ALLA FOLLIA.»

Italo Calvino

A sinistra: Look of the city
A destra: Ico migliore e Mara Servetto, Look of the city

Il blu risorgimento è il colore dell’Unità d’Italia

Leonardo.tv Avevamo già visto Torino tingersi di rosso durante le Olimpiadi invernali del 2006; per celebrare l’anniversario dei 150 anni di unità d’Italia, Torino si tingerà di “blu risorgimento”. I festeggiamenti regaleranno alla città un look completamente rinnovato e caratterizzato da questo colore, simbolo dell’evento. Questo aspetto è stato elaborato dagli architetti Italo Lupi, Ico Migliore e Mara Servetto, vincitori del XXI Compasso d’Oro ADI e del German Design Award per il progetto del “Look of the City” in occasione dei Giochi Olimpici Torino 2006. Ma cerchiamo di capire in cosa consisterà questa veste celebrativa per la città di Torino e Venaria Reale: il “blu risorgimento” è un blu leggero, tra l’indaco e il lavanda, che si accompagnerà ai colori della bandiera italiana. Proprio il bianco, il rosso ed il verde del tricolore andranno infatti a comporre le coccarde, gli “shangai” e le stelle che orneranno il nuovo abito del look. I concetti fondamentali alla base del lavoro sono due: la decorazione e l’informazione. Una decorazione caratterizzante ma non invasiva delle bellezze architettoniche, paesaggistiche e storiche della città; un’informazione che sarà il più possibile esauriente e accessibile, grazie anche alle mappe cartacee che verranno distribuite durante le celebrazioni. La vestizione tricolore aiuterà ad abbellire le grandi vie di comunicazione verso il centro della città e i volti dei protagonisti del Risorgimento e dell’Unità d’Italia, da Vittorio Emanuele II a Carlo Alberto, Cattaneo, Cavour, Garibaldi, Mazzini e Gioberti, accoglieranno i visitatori e saranno riproposti in diverse caratterizzazioni grafiche lungo tutti i percorsi urbani.Fuori dalle Officine Grandi Riparazioni, un grande totem richiamerà il pubblico delle esposizioni, mentre la Mole Antonelliana sarà ornata da tre cornici tricolori illuminate a led e dalla scritta “150”, un’elegante “collana” visibile da grande distanza, anche dal cielo, realizzata da Iride Servizi, società del Gruppo IREN, grazie al contributo di Philips. Un forte simbolo riassuntivo dei nove mesi delle celebrazioni. A Venaria Reale, i viali e le strade di accesso saranno vestite dal look a segnare i percorsi ed incorniciare la Reggia. “Era scontato che Torino e Venaria si preparassero ad accogliere i visitatori con una veste nuova, proprio come è avvenuto per le Olimpiadi Invernali nel 2006. Allora il colore dominante era il rosso, per il 2011 sarà invece il blu risorgimentale a caratterizzare i principali luoghi della città” ha dichiarato l’assessore regionale alla Cultura Michele Coppola. La Corte medievale di Palazzo Madama è stata scelta come primo punto di accoglienza per chi arriva da fuori: da lì, con l’ausilio di proiezioni multimediali e del materiale in distribuzione sarà semplice orientarsi lungo le direttrici della città segnalate dal look. “Come è avvenuto per le Olimpiadi – ha concluso Alfieri – il look servirà inoltre a raccontare la riqualificazione in divenire di Torino: oggi come allora i cantieri sono in piena attività e alcuni di essi ci accompagneranno anche durante le celebrazioni, a testimoniare la vitalità di una città che non si ferma mai ma è, al contrario, in continua trasformazione”.

Guarda il video

Le seguenti: Ico Migliore e Mara Servetto

Lavorare in amicizia coerente

Ico Migliore e Mara Servetto Estraneo alle convenzioni stilistiche, riluttante alle ristrettezze dei singoli ambiti tipologici Italo Lupi si distingue per una grande libertà di progettuale capace di perseguire esisti sempre diversi. Una libertà non casuale, piuttosto un metodo aperto di procedere nel progetto: le sperimentazioni ad ampio raggio, infatti, come le esplorazioni di linguaggi diversi, costituiscono per lui variabili previste. Italo riesce a muoverti nel progetto di allestimento indifferentemente dal piano bidimensionale a quello tridimensionale e viceversa, utilizzando il piano grafico fino a farlo diventare elemento di definizione spaziale, oppure costruendo luoghi "impaginati" in cui il visitatore si trova letteralmente ad "entrare nel testo". E questo già a partire da uno dei suoi primissimi allestimenti (la mostra sul Compasso d'Oro del 1974) in cui gli oggetti in esposizione e i segni grafici sono gestiti secondo un unico criterio di impaginato tridimensionale tipografico. Anche nelle mostre "Il Rinascimento" e "I trionfi del Barocco" con allestimento di Mario Bellini, Italo, con un forte gesto innovativo (poi seguito da molti), travalica la dimensione del segno bidimensionale, definendo la spazialità degli ambienti con un diffuso e irrompente segno grafico, in stretta connessione con i contenuti della mostra. Fino al recente progetto per il museo della storia di Bologna, dove il progetto grafico di Italo dialoga in raffinato contrappunto con la leggerezza articolata delle strutture espositive progettate da Mario Bellini, restituendo in ricchezza e pluralità di linguaggio il senso dei molteplici livelli espositivi e di racconto. Dotato di una particolare capacità di guardare le cose, tutto lo incuriosisce e lo appassiona. La sua lunga direzione di Abitare si è infatti imposta proprio per la capacità di leggere il mondo del progetto con lo sguardo allargato, costantemente teso a voler coglierne i segnali emergenti, a corollario strutturale delle analisi più condivise. Da poco laureati, anche noi abbiamo trovato subito attenzione e spazio nelle pagine della sua rivista con le nostre sperimentazioni sulla vetroresina con stampi a perdere, o con i primi allestimenti per la rivista Wallpaper durante il Salone del Mobile, che ricercavano nel vuoto tra le parti e nell'uso della luce, più che nel costruito, la definizione di nuovi paesaggi di comunicazione. La prima occasione di trovarci insieme su di un progetto è stata nel 2001 la mostra "Krizia Moving Shapes" per il MOT di Tokyo. Italo per il progetto grafico, noi per quello di allestimento, dall'altro lato l'esuberante e volitivo carattere di Mariuccia Mandelli. Proprio a Tokyo, tra rigore e qualità elevatissima dei dettagli da un lato e sovrapposizione quasi psichedelica di messaggi e comunicazione dall'altro, ci siamo ritrovati con affinità di approccio sostanziali. Affinità che discendono probabilmente dal fatto di aver tutti e tre condiviso, pur appartenendo a generazioni diverse, il grande insegnamento di Achille Castiglioni: quello di ragionare sull'allestimento come paesaggio a livello quasi urbanistico per costruire un "racconto" in dialogo con il pubblico,

In alto e successive: Ico Migliore e Mara Servetto

piuttosto che limitarsi alla definizione si una sommatoria di elementi disegnati. Achille e Italo hanno lavorato insieme a molti progetti, segnando una tappa significativa nella storia del progetto dell'allestimento italiano: l'incontro tra l'ingegnosa creatività di Achille e la straordinaria azione comunicativa di Italo, associate al rigore progettuale di Giancarlo Cavaglia. Basti pensare ai molti padiglioni progettati insieme per Bticino: dalla piazza interna dell'Intel 1995 (in cui Lupi usa un lessico un po' anomalo dove lettere, punteggiatura e segni, da un lato, e oggetti da esporre, dall'altro, escono dai propri ambiti di appartenenza per ritrovarsi su un unico piano paritetico di confronto, secondo una dimensione del tutto nuova)fino ai grandi piani di luce grafici che dominano la piazza in penombra dell'Intel , restituendo l'effetto dei notturni delle grandi metropoli. D'altronde il tema delle "città delle luci" è tema molto caro a Italo. In molti progetti infatti recupera il disordine e la complessità del Luna Park, dei suoi messaggi, delle sue luci, delle sue forme: dallo scalone della triennale di "Anteprima Bovisa" del 2001, allo straordinario tracciato luminoso da pista di atterraggio in notturna che, a soffitto, introduce il pubblico alla XVII Triennale del 1998. La grande amicizia che ci lega oggi a Italo è cresciuta poi attraverso molti progetti condivisi, in particolare quelli a scala urbana dal "Look of the city" per le Olimpiadi di Torino in poi. Progetti appassionanti che ci hanno coinvolto profondamente e che ci hanno permesso di verificare e sperimentare più a fondo le straordinarie potenzialità di interazione e comunicazione che il progetto temporaneo permette quando incide sul tessuto e sulle dinamiche urbane. Un cambiamento di contesto che ci ha permesso di spostare l'attenzione, dalla partizione di spazi, alla costruzione di episodi e luoghi di Identità, spingendosi spesso al di là delle richieste dei nostri Committenti, per sperimentare spazi di più ampio intervento. E questo non solo pensando alle periferie e ai vuoti urbani che necessitano elementi di rivitalizzazione, ma anche ai luoghi trasversali delle città, all'interno dei quartieri: spazi di transizione tra attività o momenti diversi della giornata, percorsi, connessioni, capaci di costruire un nuovo, sottile, tessuto connettivo tra le parti. E per Italo ogni progetto è sempre come se fosse il primo, con un approccio libero e appassionato. Anche il tempo con lui assume una dimensione rara, altra, di "tempo dilatato": nei molti viaggi, nelle molte ore passate insieme in studio, al di là delle complessità e delle urgenze da risolvere, Italo ha sempre comunque saputo offrire un prezioso, ampio spazio a pensieri, divagazioni o esplorazioni di nuove alternanze.

In basso e successiva: Leo Torri

Fonti

Articoli e citazioni

- Stefano Salis, Italo Lupi. *L'autobiografia grafica,* 16 gennaio 2014, Doppio Zero, www.doppiozero.com/materiali/design/italo-lupi-lautobiografia-grafica, Pg.53-57
- "Questo è un libro sulla nostalgia piuttosto che un libro nostalgico",Giannino Malossi, *This Was Tomorrow (Gruppo GFT)*, 1990, Pg.54-55
- Stefano Salis, "È ancora, è sempre, tempo di prendersi in giro, tempo di giocare", *Italo Lupi. L'autobiografia grafica*, doppio zero www.doppiozero.com/materiali/design/italo-lupi-lautobiografia-grafica, Pg.56
- Italo Lupi, *Autobiografia Grafica, 2013 pg.245*, Mantova, Corraini, Pg. 58-59
- Fred Petrossian (traduzione di Bianca Baggiani) *Iran: arte e design da tutto il mondo per il movimento verde*, Global Voices, 02 ottobre 2010 it.globalvoices.org/2010/10/iran-arte-e-design-da-tutto-il-mondo-per-il-movimento-verd, Pg.62-65
- "Unità, aspirazione alla libertà, disobbedienza, speranza" citazione Pg.64
- Anna Foppiano, *Torino Look of the city*, Corraini Edizioni, 2006, Pg.66-69
- "Torino invita alla logica, e attraverso la logica apre la via alla follia", Italo Calvino, Pg.68
- Leonardo.tv,www.leonardo.tv/articoli/non-solo-tricolore-il-blu-risorgimento-il-colore-dellunit-ditalia , Pg.70-71
- Ico Migliore e Mara Servetto, *Lavorare in amicizia coerente*, Autobiografia grafica, pg.160-61, Mantova, Corraini, Pg.72-75

Immagini e collegamenti

- Leo Torri - *pagine interne autobiografia grafica*, 05 febbraio 2014, www.leotorri.com/2014/02/05/italo-lupi, Pg. 52
- Corraini Edizioni - *copertina Autobiografia Grafica*, www.setificio.gov.it/i-calendari-di-lupi, Pg.53
- Efrem Raimondi, *pagine interne autobiografia grafica* - blog.efremraimondi.it/italo-lupi Pg.55
- Giovanna Silvana, *tavoli Italo Lupi*, 12 Maggio 2014, www.doppiozero.com/materiali/speciali/tavoli-italo-lupi, Pg. 56
- Anna Lagorio Klat Magazine - *foto profilo Italo Lupi*, 19 marzo 2014, www.klatmagazine.com/design/italo-lupi-autobiografia-grafica-library-015/12016, Pg.57
- Grafiche Mariano - *Immagini pagine dei calendari di grafiche mariano by Italo Lupi* , www.grafichemariano.it/calendario, Pg. 58
- *Esposizione calendari Grafiche Mariano* -14 Maggio 2015, www.setificio.gov.it/i-calendari-di-lupi, Pg.59
- Leo Torri - *Immagine rappresentativa di Italo Lupi*, 12 gennaio 2016, www.leotorri.com/2016/01/12/graphic-design, Pg.61
- Collegamento QRcode - www.grafichemariano.it/calendario, Pg.61
- Social Design Zine - *Manifesti Green Movement,* 12 agosto 2009, sdz.aiap.it/gallerie/11538, pg. In ordine: Italo Lupi, Istvan Orosz, Andrea Rauch, Holger Matthies, Cedomir Kostovic, Francesco Poroli Pg.62-63
- Francis Di Tommaso - *Mostra manifesti Green movement*, Global Voices, 02 ottobre 2010, it.globalvoices.org/2010/10/iran-arte-e-design-da-tutto-il-mondo-per-il-movimento-verde, Pg.64
- Social Design Zine - *Immagini manifestazioni*, 10 agosto 2009, sdz.aiap.it/gallerie/11536, Pg.65
- Il Giornale - Immagine manifestazione, www.ilgiornale.it/news/iran-terzo-giorno-manifestazioni-moussavi.html Pg.65
- Ico Migliore e Mara Servetto - *Immagini Olimpiadi Invernali di torino 2006 viali decorati e festeggiamenti*, www.architettimiglioreservetto.it/nuovademo/portfolio-posts/torino-xx-olympic-winter-game Torino la storia 15 gennaio 2016, Pg.66
- Immagini Istallazioni Torino 150 anni unità d'Italia e Mole antonelliana,in ordine: *Bandiere tricolore*, La stampa, www.lastampa.it/2011/01/25/cronaca/torino-si-rifa-il-look-per-italia-JyxPxOFVNphe1bvjT77hJN/pagina.html; Migliore Servetto *Mole Antonelliana*, architettimiglioreservetto.it/portfolio-posts/mole-antonelliana-torino-light-colours; *officine grandi riparazioni tricolore Pg.66*
- Anna Martina - *Look of the city Torino presentazione*, annamartina.it/download/olimpiadi-2006/Look_of_the_City.pdf, Pg. 67
- Anna Martina - Illustrazione per Olimpiadi Invernali 2006 città di Torino, annamartina.it/download/olimpiadi-2006/Look_of_the_City.pdf, Pg.68
- Immagini Olimpiadi città di Torino, in ordine: città in festa, stendardi lungo le strade, Ico Migliore e Mara Servetto www.architettimiglioreservetto.it/nuovademo/portfolio-posts/torino-xx-olympic-winter-game, Pg.69
- Anna Martina *Presentazione Benvenuti Olimpiadi Torino*,annamartina.it/download/olimpiadi-2006/Look_of_the_City.pdf, Pg.69
- Leo Torri- *officine Grandi riparazioni*, architettimiglioreservetto.it/portfolio-posts/anniversary-italys-unification-turin, Pg. 70
- Ico Migliore e Mara Servetto - *Mole Antonelliana*, architettimiglioreservetto.it/portfolio-posts/mole-antonelliana-torino-light-colours, Pg.71
- Collegamento QRcode, www.youtube.com/watch?v=-q4j-u7A2lf0#action=share, Pg. 71
- Leo Torri - *Immagini Lavori in comune* www.architettimiglioreservetto.it/nuovademo/portfolio-posts/torino-xx-olympic-winter-game, in ordine: expo milano 2015, Esposizione Achille Castiglioni Visionary Chiasso, Alcantara Chromophone mostra, Decorazione città Universiadi 2007 ciò che ha seguito le Olimpiadi, Manifesti esterni Esposizione Achille Castiglioni Visionary Chiasso, Museo compasso d'oro render, Pg.73
- Leo Torri - *Mostra Achille Castiglioni Chiasso*, www.leotorri.com/2018/06/13/il-design-degli-spazi-espositivi, Pg. 74
- Leo Torri - *Foto Italo lupi insieme a Ico Migliore e Mara Servetto alla mostra di Achille Castiglioni loro collega e fonte di ispirazione unanime*, architettimiglioreservetto.it/achille-castiglioni-visionario-chiasso, Pg. 75