

Nell'Italia dei primi anni Cinquanta, sotto l'impulso di Adriano Olivetti prende avvio un'effettiva e intensa collaborazione tra architetti e artisti. Nello spazio dello showroom Olivetti progettato dai B.B.P.R. in collaborazione con l'artista Costantino Nivola a New York, l'architettura accoglie e integra l'opera d'arte. Ogni soluzione progettuale è orientata da un chiaro intento narrativo volto a raccontare il paesaggio italiano.

In the early Fifties, promoted by Adriano Olivetti, an effective and intense collaboration began in Italy between architects and artists. In the space of the Olivetti showroom in New York, designed by B.B.P.R. in collaboration with the artist Costantino Nivola, the architecture houses and integrates the work of art. Every design solution is oriented by a clear intention to narrate the Italian landscape.

Tracce di mediterraneo a New York il negozio Olivetti sulla Fifth Avenue Traces of the Mediterranean in New York: the Olivetti store on Fifth Avenue

Giuseppe Cosentino

Quando Noodles (Robert De Niro) ritorna a New York dopo 35 anni, trova una città completamente diversa. In *C'era una volta in America* Sergio Leone affida a un'immagine il salto temporale dal 1933 al 1968: il cartellone pubblicitario che si stende sul fondale della stazione di New York. Il grande manifesto circense del luna park di Coney Island su cui si avvicinano giocolieri, acrobati e figure indistinte della borghesia americana degli anni '30, è sostituito dallo skyline dei grattacieli, simbolo del progresso che avanza nella nuova città. A dominare la scena, al centro, la grande mela rossa, icastica nella sua essenzialità, e in alto la scritta "Love", firma inequivocabile di Robert Indiana. La città stessa è il nuovo oggetto di attrazione, rappresentata e declinata in chiave pop.

È in questo contesto di rapida trasformazione culturale che trovano rifugio l'artista sardo Costantino Nivola e sua moglie Ruth Guggenheim, scappati dall'Italia a causa delle persecuzioni razziali. Greenwich Village è il quartiere dove Nivola incontra gli architetti Schawinsky, Sert, Gropius e artisti come Léger e Pollock. Nei primi anni '50 Nivola sperimenta una nuova pratica scultorea che raggiunge la sua massima espressione artistica nei bassorilievi realizzati con la tecnica del Sand Casting. Un *divertissement*, un'invenzione nata per gioco insieme ai figli sulla spiaggia di East Hampton: le impronte delle mani e dei piedi lasciati sulla sabbia, o i relitti della natura come le conchiglie, nuovi ossi di seppia, sono usati come matrice per i calchi realizzati in gesso e successivamente in calcestruzzo. Quando Le Corbusier conosce Nivola è attratto da questa invenzione e dal suo potenziale espressivo, e insieme all'amico la utilizza in una serie di sperimentazioni e realizzazioni.

La prima grande opera di Nivola realizzata in cemento è commis-

When Noodles (Robert De Niro) returns to New York after 35 years, he finds a completely different city. In *Once upon a time in America*, Sergio Leone entrusts the flash-forward from 1933 to 1968 to one single image: the billboard at the train station in New York. The large circus-like poster of Coney Island with jugglers, acrobats and the nondescript masses of the American bourgeoisie of the Thirties gives way to a skyline of skyscrapers, symbol of the progress that advances in the new city. Catching the attention of the viewer, at the centre, the Great Apple, of great expressive in its simplicity, and above it the word "Love", Robert Indiana's unmistakable signature. The city itself is the new object of attraction, represented and interpreted in a Pop key.

It is in this context of swift cultural transformation that the Sardinian artist Constantino Nivola and his wife Ruth Guggenheim find refuge, escaping from Italy as a consequence of racial persecution. In Greenwich Village Nivola met the architects Schawinsky, Sert and Gropius, as well as artists such as Léger and Pollock. In the early Fifties Nivola experimented with a new sculpting method which achieved its greatest artistic expression in the bas-reliefs made with the technique known as Sand Casting. A *divertissement*, an invention which originated playing with his children on the beach in East Hampton: the prints of hands and feet left on the sand, or natural remains such as shells or the bones of cuttlefish, are used as the matrices for moulds made first in plaster and later in concrete. When Le Corbusier met Nivola he was attracted by this invention and its expressive potential, and together with his friend used it in a series of experiments and works.

Nivola's first great work in concrete was the commission in 1953 for the Olivetti *showroom* on Fifth Avenue in New York.



p. 75
 Showroom Olivetti, pannello in sand casting di Costantino Nivola, tavolo in marmo
 Candoglia e sedie Arflex su disegno dei B.B.P.R., New York, 1953-54,
 foto di H. Namuth © courtesy Fondazione Nivola 2018
 p. 76
 Le Corbusier e Costantino Nivola, East Hampton, 1951
 © courtesy Fondazione Nivola 2018
 p. 77
 Costantino Nivola e Enrico Peressutti, East Hampton, 1953-54
 © courtesy Fondazione Nivola 2018



sionata all'artista sardo nel 1953 per lo *showroom* Olivetti sulla Fifth Avenue a New York.

Il marchio Olivetti nei primi anni '50 è il simbolo della modernità italiana nel mondo. Nel 1952, il MoMA di New York aveva inaugurato una grande esposizione sul design di Olivetti. Nel catalogo generale della mostra, che ne spiega le intenzioni, si legge «*the purpose of the exhibition is to encourage American industries to follow the lead of this corporation in organizing all the visual aspects of the industry under a single high standard of taste*»¹. L'industria italiana è il modello a cui guardare. Una produttività che si realizza attraverso un pensiero e mediante uno stile che diventano cifra ed esempio a cui il capitalismo americano può riferirsi.

Per la progettazione dello *showroom* sulla Fifth Avenue Adriano Olivetti incarica, insieme a Nivola nel 1953 il gruppo milanese BBPR. Una scelta che è già dichiarazione d'intenti e sintesi efficace di uno sguardo proiettato verso il futuro, ma saldamente ancorato alla tradizione.

Nel pensiero di Olivetti i negozi non sono solo spazi di vendita ma rappresentano veicoli diretti di cultura, parti di un discorso più ampio che si articola su di una visione socio-politica progressista del mondo e dell'uomo. «Abbiamo portato in tutti i villaggi le nostre armi segrete: i libri, i corsi le opere d'ingegno e dell'arte. Noi crediamo nella virtù rivoluzionaria della cultura che dona all'uomo il suo vero potere»². Gli *showroom* sono espressione di una committenza illuminata che in essi trova spazio e occasione per aprirsi alla comunità e promuovere la propria visione: «il biglietto da visita dell'Olivetti»³. Lo spazio dello *showroom* costruito sulla Fifth Avenue, posto al piano terreno di un grattacielo del primo '900, è profondo 25 metri,

The Olivetti brand in the early Fifties was the symbol of Italian modernity in the world. In 1952, the MoMA in New York inaugurated a major exhibition of Olivetti's designs. In the general catalogue to the exhibition, which explains its aims, it says «*the purpose of the exhibition is to encourage American industries to follow the lead of this corporation in organizing all the visual aspects of the industry under a single high standard of taste*»¹. Italian industry was the role model. Productivity carried out through thought and style which became an example that American capitalism could follow.

For the design of the *showroom* on Fifth Avenue Adriano Olivetti commissioned in 1953, together with Nivola, the Milanese group BBPR. A choice that in itself is a declaration of intent and efficient synthesis of a gaze projected toward the future, yet solidly anchored to tradition.

According to Olivetti's vision the stores are not places for retail but also represent direct vehicles for culture, they are part of a vaster discourse that is based on a progressive socio-political view of the world and of man. «We brought to every village our secret weapons: books, courses, works of art and of genius. We believe in the revolutionary virtue of culture which gives man his true power»². The *showrooms* are the expression of an enlightened commission which finds in them the space and opportunity for opening toward the community and promote its vision: «Olivetti's visiting card»³.

The space of the *showroom* built on Fifth Avenue on the ground floor of a skyscraper from the early 20th century is 25 meters deep, 8 meters wide and 5 meters high. The interior space is distributed on two above-ground levels and an underground level serving as a storeroom. The store follows the canonical 'type' of Olivetti



largo 8 e alto 5. Al suo interno lo spazio è articolato su due piani fuori terra e uno interrato con funzione di deposito. Il negozio aderisce al 'tipo' canonico degli *showroom* Olivetti, in genere composti da una grande sala per l'esposizione con al centro una scala che conduce al mezzanino. Ma come per tutti i tipi, lo schema di riferimento si modifica adattandosi al contesto specifico che lo ospita. Nello *showroom* newyorkese la facciata in cristallo, arretrata rispetto al filo esterno, apre lo spazio interno alla strada, che diventa così parte integrante dell'esposizione. Nel vestibolo d'ingresso, a pochi passi dal marciapiede, un piedistallo sostiene una macchina da scrivere "Lettera 22" a disposizione dei passanti. Oltrepastata l'elegante porta in noce alta 5 metri, unico campo opaco della parete trasparente, dominano la scena il grande bassorilievo di Costantino Nivola, occupante la parete sinistra per 23 metri, e una misteriosa ruota metallica posta sul lato opposto. Il bassorilievo di Nivola, ritmato dal susseguirsi di elementi figurativi e immagini dal carattere segnico, è rappresentazione di un'umanità primordiale. A dominare la scena è la Grande Madre a forma di uccello, memoria delle antiche figure ancestrali della tradizione sarda. La luce radente naturale, che investe il bassorilievo dalla grande vetrata d'ingresso, amplifica la matericità dell'impasto di calcestruzzo e sabbia facendo risaltare il chiaroscuro plastico della composizione. In una lettera datata 6 Ottobre 1961 Le Corbusier scrive a Nivola «ho trovato nel mio baule, una kodachrome di un bassorilievo di circa 10mx2x26 che avete fatto, probabilmente per Olivetti. Siete pieno di talento! Ve l'ho già detto. Avete del sangue sardo misto al cipriota e siciliano e siete in sintonia con il migliore momento della statuaria mediterranea»⁴. A fare da sfondo ai più

showrooms, usually composed of a large exhibition hall with, at the centre, a staircase leading to the mezzanine. Yet as with all types, the reference layout is modified and adapted to the specific context that houses it.

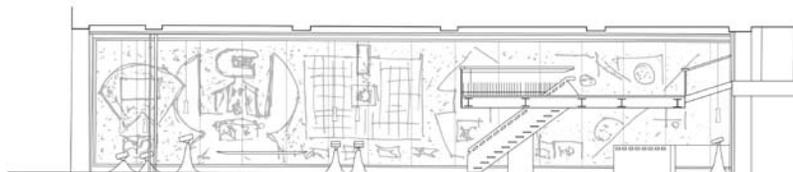
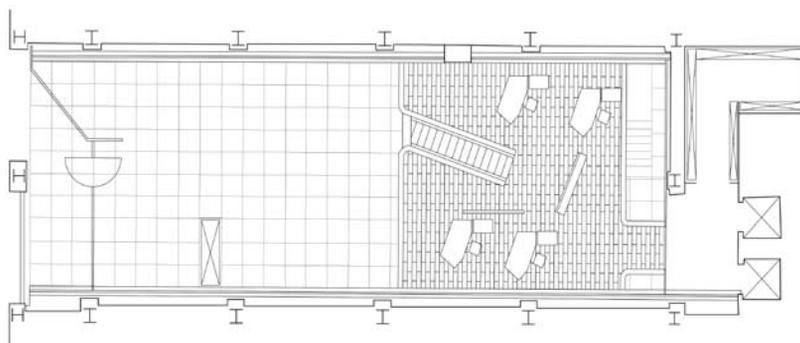
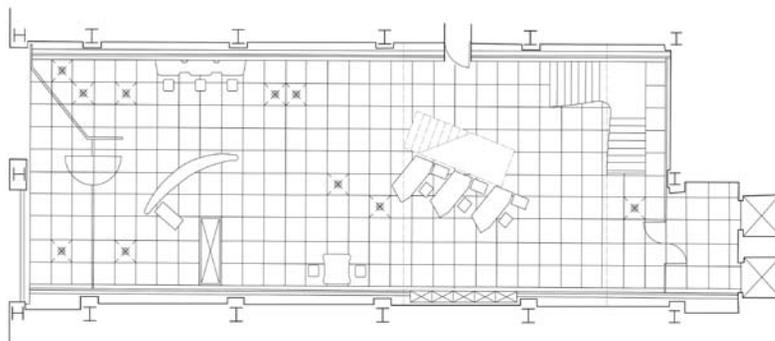
In the New York *showroom* the glass facade, which is set back from the exterior limit, opens the interior space to the street, which thus becomes an integral part of the exhibition. In the entrance lobby, just a few steps from the sidewalk, a pedestal supports a "Lettera 22" typewriter, made available to passers-by. Entering through the elegant five meter high walnut door, the only opaque section of the transparent wall, the eye is caught by Costantino Nivola's large bas-relief which occupies 23 meters of the left wall, and a mysterious metal wheel placed on the opposite side.

Nivola's bas-relief, rhythmized by a sequence of figurative elements and semantic images, represents a primordial humanity. The central figure is the Great Mother in the shape of a bird, memory of ancestral figures from Sardinian tradition. The oblique natural light that illuminates the bas-relief through the large glass wall of the entrance amplifies the material nature of the mix of concrete and sand, highlighting the chiaroscuro plasticity of the composition. In a letter dated October 6, 1961, Le Corbusier wrote to Nivola saying «I found in my trunk a Kodachrome of a bas-relief of roughly 10mx2x26 which you made, probably for Olivetti. You have great talent! I have already told you this. You have Sardinian blood mixed with Cypriot and Sicilian and you are in harmony with the greatest tradition in Mediterranean sculpture»⁴. As a backdrop for the most innovative products of Italian industry and design, the hieratic nature of an archaic Mediterranean world upon which all is based.

Pianta del piano terra, ingresso e sala centrale
 Pianta del mezzanino
 Sezione longitudinale

p. 79

Showroom Olivetti, la ruota metallica posta vicino all'ingresso con i ripiani su cui sono esposte le macchine da scrivere, New York, 1953-54
 © www.storiaolivetti.it - Associazione Archivio Storico Olivetti, Ivrea - Italy
 Showroom Olivetti, nell'atrio di ingresso un piedistallo sostiene una macchina da scrivere "Lettera 22" a disposizione dei passanti, in alto una lampada Venini su disegno dei B.B.P.R. New York, 1953-54
 © www.storiaolivetti.it - Associazione Archivio Storico Olivetti, Ivrea - Italy



innovativi prodotti dell'industria e del design italiani, la ieraticità di un mondo arcaico mediterraneo dal quale tutto prende le mosse. La ruota metallica sul lato opposto del bassorilievo non è che un ingranaggio fuori scala, un *objet trouvé*, che trasporta le macchine da scrivere dal magazzino interrato al piano terra del negozio. Il "meccanismo", cifra stilistica dell'espressione progettuale dei BBPR, in questo caso è citazione letterale del leggio rotante ideato da Agostino Ramelli nel 1588, sottile affermazione di continuità del genio olivettiano (e italiano in senso lato) con l'ingegno rinascimentale.

L'architettura accoglie e integra l'opera d'arte, come sempre avviene nei negozi Olivetti: nello *showroom* di Roma progettato da Ugo Sissa in Piazza Barberini (1942) il sistema 'aereo' formato dal solaio e dalla scala è architettura-scultura da cui guardare l'affresco di Renato Guttuso, *Boogie-Woogie*; a Venezia (1959), Carlo Scarpa immagina il basamento del Nudo bronzeo di Alberto Viani come frammento di quella scala quasi 'michelangeloesca' che domina l'intero spazio. Al contrario, nel negozio newyorkese prevale piuttosto il vuoto di una lunga navata che termina con una scala posta in diagonale, quasi ad indicare il bassorilievo di Nivola, al quale pare ricongiungersi.

Architettura e arte si uniscono, si fondono e si confondono. I piedistalli che sostengono le macchine da scrivere sono elementi scultorei che nascono, come estrusi, dal pavimento in marmo verde, costruendo un paesaggio geologico di stalagmiti cui corrispondono, moderne stalattiti luminose, le lampade calate dal soffitto blu, realizzate in vetro di Murano da Venini su disegno dei BBPR. Ogni soluzione progettuale è orientata da un chiaro intento nar-

The metal wheel on the opposite side is nothing other than an off-scale gearwheel, an *objet trouvé*, that transports the typewriters from the underground storeroom to the ground floor of the store. The "mechanism", stylistic example of the design expression of the BBPR group, in this case is a literal reference to the bookwheel designed by Agostino Ramelli in 1588, subtle affirmation of the continuity between Olivetti's genius (and Italian genius in the wider sense), and the Renaissance.

The architecture houses and integrates the work of art, as it has always been in Olivetti stores: in the Rome *showroom*, designed by Ugo Sissa in Piazza Barberini (1942), the 'aerial' system composed of the attic and the staircase is an architecture-sculpture from which to contemplate Renato Guttuso's fresco, *Boogie-Woogie*; in Venice (1959), Carlo Scarpa imagines the pedestal of Alberto Viani's bronze nude as a fragment of that almost 'Michelangeloesque' staircase that dominates the entire space. In the New York store, on the contrary, it is the emptiness of a long nave ending in a diagonal staircase that prevails, almost as if pointing at Nivola's bas-relief, with which it seems to connect.

Architecture and art unite, mix and blend together. The pedestals that support the typewriters are sculptural elements that rise as if extruding from the green marble pavement, building a geological landscape of stalagmites together with the stalactites represented by the lamps that drop from the blue ceiling, which were made by Venini in Murano glass following a design by BBPR.

Every design solution is oriented by a clear intention to narrate a landscape, to speak of a people. Gio Ponti writes: «the store that Belgiojoso, Peressuti and Rogers have created for Olivetti in New



rativo volto a raccontare un paesaggio, a parlare di un popolo. Scrive Gio Ponti «il negozio che Belgiojoso, Peressuti e Rogers hanno creato per Olivetti a New York sulla Quinta Strada, ha il merito [...] di farci godere una sorpresa: è senza accademia, e altro pregio, non è anti-accademico e polemico; è fuori dell'accademia moderna; è una invenzione, è pieno di inedito e di valori poetici, e non ha di sembrare fuori luogo, perché quest'opera ci porta immediatamente in un clima di immaginazione, e di libertà»⁵. La sabbia del bassorilievo, il vetro di Murano, il marmo Candoglia della scala e dei tavoli, o ancora il marmo verde delle cave di Runaz utilizzato per il pavimento, costituiscono una sorta di viatico della cultura italiana verso l'America, non solo testimonianza delle maestranze artigiane italiane ma anche frammenti di paesaggio mediterraneo approdati sulla costa della "Upper New York Bay". Tutto il negozio Olivetti è il luogo dell'immaginazione e della memoria, così come intesa da Ernesto Nathan Rogers «delle cose verso di noi e oltre di noi»⁶.

¹ Olivetti: design in industry, in «The MoMA bulletin», vol. XX, n. 1, New York 1952, p. 3.
² A. Olivetti, *Il cammino della Comunità*, Comunità Editrice, Roma/Ivrea 2013, pp. 42-43.
³ La definizione è citata dallo stesso Carlo Scarpa in *Mille cipressi*, Conferenza tenuta a Madrid nell'estate 1978, in F. Dal Co, G. Mazzaziol (a cura di), *Carlo Scarpa. Opera completa*, Electa, Milano 1984, p. 287.
⁴ Carteggio Le Corbusier-Nivola contenuto in M. Mameli, *Le Corbusier e Costantino Nivola: New York 1946-53*, Franco Angeli, Milano 2012, p. 166.
⁵ G. Ponti, *Italia a New York*, in «Domus», n. 298, 1954, pp. 3-11.
⁶ E.N. Rogers, *Gli elementi del fenomeno architettonico*, (1ª ed., a cura di C. de Seta, Guida, Napoli 1981), 6ª ed., Marinotti, Milano 2006, pp. 70-71.

York's Fifth Avenue has the merit [...] of surprising us: it is not academic and, also a virtue, it is not anti-academic and polemic either; it stands outside modern academy; it is an invention, it is full of originality and poetic values; and it does not seem out of place, because this work carries us immediately into a climate of imagination and freedom»⁵.

The sand of the bas-relief, the glass from Murano, the marble from Candoglia of the staircase and the tables, or the green marble from the quarries of Runaz which was used for the pavement, constitute a sort of voyage of Italian culture towards America, not only in testimony of Italian craftsmanship, but also as fragments of the Mediterranean landscape which have landed on the coast of the "Upper New York Bay".

The entire Olivetti store is the place of the imagination and memory, as understood by Ernesto Nathan Rogers «of things towards us and beyond us»⁶.

Translation by Luis Gatt

¹ Olivetti: design in industry, in «The MoMA bulletin», vol. XX, n. 1, New York 1952, p. 3.
² A. Olivetti, *Il cammino della Comunità*, Comunità Editrice, Roma/Ivrea 2013, pp. 42-43.
³ This definition was quoted by Carlo Scarpa himself in *Mille cipressi*, a conference held in Madrid in the Summer of 1978, in F. Dal Co, G. Mazzaziol (eds.), *Carlo Scarpa. Opera completa*, Electa, Milano 1984, p. 287.
⁴ Le Corbusier-Nivola correspondence included in M. Mameli, *Le Corbusier e Costantino Nivola: New York 1946-53*, Franco Angeli, Milano 2012, p. 166.
⁵ G. Ponti, *Italia a New York*, in «Domus», n. 298, 1954, pp. 3-11.
⁶ E.N. Rogers, *Gli elementi del fenomeno architettonico*, (first edition C. de Seta ed., Guida, Napoli 1981), sixth edition, Marinotti, Milano 2006, pp. 70-71.

Dettaglio del piedistallo che sorregge la macchina da scrivere e le lampade realizzate dalla Venini su disegno dei B.B.P.R.
Showroom Olivetti, atrio di ingresso, un piedistallo sostiene una macchina da scrivere "Lettera 22" a disposizione dei passanti, New York, 1953-54
© www.storiaolivetti.it - Associazione Archivio Storico Olivetti, Ivrea - Italy
p. 81
Showroom Olivetti, interno, in primo piano le stalagmiti in marmo verde che reggono le macchine da scrivere e dall'alto scendono le lampade Venini su disegno dei B.B.P.R., New York, 1953-54
© courtesy Fondazione Nivola 2018

