



## LA FIERA DI MILANO TRA STORIA, PUBBLICITÀ E... PALCOSCENICO

**Milano, 23 ottobre** – “I cartelli pubblicitari hanno un ufficio particolare e tutto a loro proprio: devono avere una vitalità capaci di arrivare allo stravagante o all’assurdo, pur rimanendo arte. Essi sono i clamori figurati, la voce resa visibile, devono balzare, agganciare il viandante, farlo voltare, farlo fermare, devono rimanere impressi nella sua mente. Qualunque sia il soggetto, qualunque sia il modo di esprimerlo, qualsiasi sia la libertà che la fantasia vi è concessa, quali che siano lo stile, la scuola, l’aspirazione poetica o tragica, patetica o ironica, romantica o classica, il cartellone pubblicitario deve essere immediatamente comprensibile, deve assecondare il gusto, non essere confuso con altri, non prestarsi ad equivoci e, in più, avere sempre **un’idea nuova**”.

Inizia così il volume **“La Fiera di Milano, la pubblicità dell’industria italiana 1920 – 1940”**, progetto coordinato dall’Area Comunicazione e Relazioni Esterne di **Fondazione Fiera Milano** ed edito da Silvana Editoriale, che verrà **presentato** venerdì **23 ottobre** alle ore **18.00** in viale **Boezio, 15** nell’ambito di BOOKCITYMILANO15.

Nelle sue **240** pagine il volume analizza l’**evoluzione** dei linguaggi e delle **tecniche pubblicitarie**, mettendo a confronto il ricchissimo fondo fotografico dell’**Archivio Storico di Fondazione Fiera Milano** e della **Civica Raccolta delle Stampe Achille Bertarelli** con i manifesti e le campagne pubblicitarie presentate anche in occasione delle edizioni della **Fiera Campionaria** nel periodo **1920 – 1940**.

*“Il ricchissimo repertorio iconografico raccolto in questo volume – spiega **Benito Benedini**, Presidente di Fondazione Fiera Milano, ci offre in primis l’opportunità di riflettere sullo sviluppo dell’industria pubblicitaria italiana, sull’evoluzione dei suoi linguaggi e delle sue tecniche, che proprio nel periodo compreso tra le due guerre mondiali appare indirizzata verso un percorso di forte modernizzazione. La Fiera di Milano diventa così la traduzione della presenza dell’industria e del commercio nelle molteplici vesti che la pubblicità, la grafica, la cartellonistica, le inserzioni e la comunicazione in generale sapevano offrire alle aziende”.*

L’illustrazione del volume farà da traino alla presentazione dello spettacolo **“Bella e Fiera”** – testo di **Laura Curino**, regia di **Emiliano Bronzino** - che andrà in scena **dal 17 al 29** novembre al **Piccolo Teatro Grassi**. Realizzato con l’utilizzo dei materiali provenienti dall’**Archivio Storico di Fondazione Fiera**



**Milano**, Bella e Fiera vuole “dipingere” i tratti del rapporto che da quasi un secolo lega la città a una delle sue più prestigiose istituzioni, La Fiera, prima Campionaria oggi più specialistica e specializzata, proiettata verso un futuro fatto di scambi non solo materiali ed economici.

**Per ulteriori informazioni:**

Fondazione Fiera Milano - Comunicazione e Relazioni Esterne

**Roberto De Giorgis 335.7243146**

**[roberto.degiorgis@fondazionefieramilano.it](mailto:roberto.degiorgis@fondazionefieramilano.it)**

**[www.fondazionefieramilano.it](http://www.fondazionefieramilano.it)**