



*L'uomo
che (si direbbe)
passa la vita giocando*

Anche gli oggetti d'uso più comune si trasformano
nelle mani di Bruno Munari in piccoli capolavori.

di Grazia Livi

E subito, appena apre la porta, diverso da tutti gli altri. Gli artisti di solito sono introversi, d'umore oscuro, lui invece è piacevole, gaio. Gli artisti sono seri, ragionano solennemente del proprio lavoro, lui ridacchia scherzoso. Gli artisti portano tute macchiate di colore, gabbane color tela di sacco, lui indossa un bel completo a quadrettini e una cravatta viola che dà spicco alle sue barette argentate. Gli artisti sono scontenti di sé e degli altri, lui si guarda intorno in modo ilare e allegro. Gli artisti usano parole difficili - « gestualità pura », « valore semantico », « metafisicamente parlando » -, lui ama le frasi molto semplici: « lavoricchio solo nei ritagli di tempo », « appena posso me la rido sotto i baffi ». Gli artisti somigliano soltanto a se stessi, lui somiglia a un acrobata, a un fanciullo o a un mimo.

« Il fatto è », spiega subito Bruno Munari, « che io non sono affatto un artista, perlomeno non sono un artista nel senso che comunemente si dà a questa parola: da cavalletto, da torre d'avorio. Non uso i pennelli, e penso che sia inutile fare a mano quello che si può fare meglio, e più velocemente, con una macchina. Non faccio capolavori, né parlo un linguaggio cifrato da iniziati. Semmai cerco d'andare incontro alla gente e mi preoccupo molto d'allacciare i contatti col pubblico, visto che vivo in un'epoca di massa. Sono, insomma, un nuovo tipo d'artista moderno: il *designer* ».

E vero. Da quando ha cominciato a lavorare come pittore e come grafico, Munari s'è preoccupato soprattutto di una cosa: demolire il

mito dell'arte pura. « L'arte e la vita », dice spesso, « devono tornare a stare assieme. Al tempo degli etruschi, un vaso che noi consideriamo bellissimo conteneva l'olio per la cucina. E così che dev'essere. Non c'è separazione fra utilità e bellezza ». Ha evitato le posizioni di privilegio, ed è sceso in mezzo alla gente a guardare e ascoltare. Non ha contrastato l'aggressione della civiltà di massa, bensì le è andato incontro con il suo umore più inventivo, più gaio. Non ha ceduto alla nostalgia del passato, ma si è immerso nel presente « cercando di estrarre un po' d'ordine dal caos ». Ma soprattutto s'è convinto che la caratteristica della nostra epoca non è più la soggettività, ma l'oggettività pura: vale a dire la ricerca di un'immagine il più possibile chiara, semplice e accessibile a ognuno.

La sua casa-studio, del resto, è la dimostrazione più eloquente di questo atteggiamento. È alta sui tetti, chiara, con le nuvole che passano leggere oltre le finestre, e un terrazzo pieno di ciuffi verdi, vasi, alberelli. Ha pochissimi mobili, e nessun visibile strumento di lavoro, come cavalletti, tele accatastate, tubi di colore, pennelli, pacchi di materiali. Non ha quadri alle pareti, né pezzi unici che decorino gli angoli. Ha, invece, disposti qua e là, certi oggetti creati da lui che portano il suggello di un discorso semplice, rivolto a tutti: tutti coloro, dice con ironia Munari, che oggi comprano e consumano, e che vanno quindi sotto l'antipatico nome di « fruitori ». C'è, per esempio, una lampada bianca che pende dal soffitto con la naturalezza d'una fresca colata di ne-



Bruno Munari nel suo studio di Milano. Qui sopra: mostra una scatola trasparente « a funzione estetica ». A destra: osserva una sua « scultura da viaggio », in legno e piegabile. Munari considera la poltroncina che si vede sul fondo, progettata per un night, una delle sue creazioni più riuscite: è leggera, girevole, lavabile, sovrapponibile.



Ha ideato una macchina per muovere la coda ai cani pigri

segue dalla pagina 89

ve. Ci sono manifesti dove le scritte hanno caratteri vividi, color turchese o amaranzo, d'un bel rilievo corposo. Ci sono oggetti d'arte cinetica che, una volta avviati, compongono bizzarri giochi di luce per la delizia dei « fruitori ». Ci sono piccole sculture componibili, in serie, per nulla « serie », ma dall'allegro aspetto di gioco. C'è infine una poltroncina molto comoda, che presenta un giusto alternarsi di pieni e di vuoti, cosicché il corpo vi s'adagia nel modo migliore e riposa.

Fermiamoci alla poltroncina, tanto per capir meglio il metodo di lavoro di Munari. « Per me una poltroncina », spiega subito col suo umore gaio, facendola delicatamente ruotare su se stessa, « può avere lo stesso valore di una cosa d'arte. Purché sia progettata secondo un certo metodo. Purché raggiunga una forma di naturalezza dettata dalla semplicità e dall'economia costruttiva. Come ho fatto in pratica? Ecco: quando quel certo *night-club* me la ha commissionata, io mi sono preoccupato prima di tutto di fare un progetto che andasse incontro alle esigenze del pubblico, dei camerieri e del proprietario del locale. Così ho fatto un'inchiesta dalla quale è risultato che il cliente voleva una poltroncina comoda e girevole, i camerieri la volevano leggera, sovrapponibile e lavabile, e il padrone la voleva più piccola possibile e di un costo limitato. Allora ho messo insieme queste varie esigenze e ho cominciato a lavorare, scegliendo del ferro cromato e un colore grigio per il rivestimento. Così è nata questa sedia, che è comodissima e che io giudico una delle mie cose più riuscite ».

Questo, in poche parole, è il metodo di lavoro del moderno *designer*: creare nel rispetto degli altri, nell'osservanza dei bisogni di oggi, sia individuali che industriali. Evitare di dar corda al proprio capriccio, alla propria aspirazione segreta di artista deluso, e mettersi, invece, al servizio della comunità. Intervenire creativamente sugli oggetti d'uso (dal ventilatore, alla bottiglia, alla macchina da cucire) e aiutarli a trovare la loro naturale, perfetta forma estetica « alla stessa maniera di un gatto che non può avere altro che la sua pelliccia di gatto ». Per meglio puntualizzare il suo metodo, Bruno Munari ha progettato addirittura una sorta di scherzoso libriccino, per metà grigio e per metà rosa-salmone, dove da un lato sono allineate le virtù dell'artista e dall'altro quelle del *designer*. Veniamo così a sapere che le prerogative dell'artista sono, ad esempio, l'ispirazione soggettiva, il disprezzo del pubblico, la cultura classica, il divismo, i giudizi di bello e di brutto, la produzione per una *élite*; mentre quelle del *designer* sono il metodo oggettivo, il lavoro in comunità, l'informazione attuale, lo scambio di esperienze, i giudizi di giusto o sbagliato, la collaborazione, eccetera. Due facciate della stessa medaglia, insomma, ma quello che la soave



Occhiali da sole con aletta regolabile.

paradossalità del libriccino vuol farci capire è che l'artista lavora anacronisticamente sulle tradizioni, sul tempo morto, mentre il *designer* incide vivamente sul tempo sempre fresco del presente.

Nessuno più di Bruno Munari appare tanto sicuro del proprio mestiere. Nessuno sembra più felice d'immergersi nel caos del mondo moderno per trarne fuori forme utili e soluzioni giocose. Nessuno, infine, sembra più immune di lui dai vizi tipici dell'artista odierno: l'inquietudine, la nevrosi, l'insoddisfazione di sé. Come mai? Che cos'è che lo rende diverso dagli altri? « La verità è che io mi sono sempre preoccupato molto di muovermi nel modo giusto », spiega allegro Munari. « E così, invece di barare facendo dell'arte pura (che poi diventa commerciale), ho preferito mettermi a fare addirittura della vera arte commerciale: cioè del disegno industriale, della grafica ».

Ma facciamo un passo indietro. Ovvero cerchiamo di scavare nel passato di Munari per scoprire le radici del suo atteggiamento, i segni della sua libertà e paradossalità. Le sorprese cominciano subito. Bruno Munari, infatti, non ha avuto un'educazione accademica, ma semplicemente ha finito (o quasi) certi normali studi tecnici. Amava la tradizione, ma ne rifiutava il culto, la « seriosità ». E, infatti, durante il periodo studentesco si divertì a progettare certe sue macchine umoristiche, come quella complicatissima per muovere la coda ai cani pigri, o l'altra per rendere musicale il singhiozzo, o l'altra ancora per prevedere l'aurora. Era piccolissimo di statura, aveva un corpo da fantino o da mimo, ridacchiava fra sé. Benché dipingesse e

avesse studiato, gli piaceva definirsi un autodidatta. Nel '33 si unì ai futuristi della seconda ondata e cominciò ad esporre le sue prime « macchine inutili ». Erano oggetti costruiti con palle di vetro soffiato, sagome di cartoncino e bastoncini di legno che dondolavano piano, appesi ad armoniosi fili di seta. A quel tempo imperava il Novecento italiano, con quelle che Munari chiama le sue « granitiche manifestazioni d'arte », e tali macchine volevano rappresentare un primo tentativo giocoso di libertà, di beffarda invenzione. « Naturalmente fui subito considerato un po' ridicolo... Ah quel matto di Munari! Ma intanto in America, senza che noi lo sapessimo, Calder stava già costruendo i suoi *mobiles* ».

Subito dopo si specializzò nella grafica e ne fece la sua professione per vivere. Ebbe esperienze nella pubblicità, nell'editoria, e più di una volta si trovò in garbato contrasto con i suoi datori di lavoro: « persone di solito, presuntuose che non fanno altro che frenare il grafico per paura che faccia delle stranezze. E non hanno capito, invece, che il grafico ha un solo compito: quello di essere chiaro, di facilitare la lettura ». Un giorno, in uno dei suoi momenti di buon umore, appese addirittura questo cartello sul proprio tavolo di lavoro: « Sì, noi sappiamo benissimo che tutti sanno impaginare, ma per ragioni organizzative è bene che ad impaginare sia soltanto l'impaginatore ». La scontentezza, però, non riusciva mai a dominarlo, anzi spesso gli forniva lo spunto per guardarsi intorno, per dissacrare gentilmente certi aspetti ottusi del costume e dell'arte. Nel 1945, per esempio, si mise a progettare libri per bambini. Erano libri molto semplici che narravano storie di gatti, di lucciole, di bruchi che andavano a lucidarsi le scarpe, e dove la favola diventava subito « parlante » per via dei giochi nascosti nelle pagine o dei materiali vividi, attraenti, da toccare e guardare. « Mio figlio allora aveva cinque anni ed io non volevo assolutamente comprargli uno di quei brutti libri che certi editori fanno per i genitori. E che i genitori comprano per se stessi, non tanto per quei poveri tontolini che sono i bambini ».

Poi, subito dopo la guerra, Munari tornò di nuovo alla pittura. Ma non era la solita pittura astratta, bensì una serie di dipinti cosiddetti positivi-negativi, che in qualche modo anticipava d'una quindicina d'anni l'odierna *op-art*. Fu, al solito, un tuffo in avanti che si prestava a non essere capito (« il mio destino », dice Munari, « è stato quello d'essere sempre in anticipo, per poi essere copiato dagli altri e passare per un imitatore »), e a cui seguì un secondo tuffo nel '52: una mostra di macchine, costruite con strani congegni d'orologeria, supporti di ferro e delicatissime antenne, alle quali molti anni dopo attinse a piene mani il famoso Tinguely. Ma non im-

portava. La civiltà di massa, infatti, stava bussando alle porte con le sue case-alveare, il suo traffico caotico, la sua congestione di stimoli visivi, la sua simultaneità di sensazioni e sollecitazioni. E Bruno Munari, da entusiasta sperimentatore qual era, ci si buttò dentro, negò sempre di più il mito (inutile) dell'arte pura, l'insegnamento morto delle accademie, le regole fisse della tradizione, la figura solitaria dell'artista-divo. « Un fatto ormai è innegabile », usava dire, « ed è che viviamo in un'epoca di comunicazione visiva. Che cosa dobbiamo fare allora? Forse rinchiuderci nel rimpianto del tempo passato come fanno tanti artisti? No di certo: dobbiamo cercare un nuovo ordine, nuove regole, altrimenti non c'è comunicazione, c'è confusione visiva ».

Da allora cominciò il suo periodo più fervido. Disponeva d'una casa e d'uno studio, e la sicurezza d'essere nel giusto gli dava un'alacrità, una letizia speciale. Il mondo nuovo gli piaceva, e cercava di abbracciarne tutti gli aspetti, di intervenire vivamente in ogni campo. A poco a poco aveva elaborato un motto: « Osservare a lungo, capire profondamente, fare in un attimo ». E ancora: « Non bisogna pensare prima di fare. Un'idea preconcepita può nuocere alla composizione ». Era rapido, acuto. Disegnava manifesti ma badando bene che la forma e il colore non violentassero mai il passante, bensì lo informassero con precisione e lo convincessero. Progettava oggetti per l'industria: fra questi, la lampada di filanca che s'appende al soffitto come un molle fiore orientale, si lava come una calza e si ripone in una scatola per la gioia delle padrone di casa.

Impaginava libri e riviste: fra i suoi successi in questo campo ci fu proprio la testata di *Epoca*, dove la suggestione dipende dall'equilibrio perfetto fra il fondo e la forma delle lettere. Faceva ricerche con la luce polarizzata, e nel '54 mandò un'intera mostra al Museo d'Arte Moderna di New York per aereo in un pacchettino, e la ricevette indietro, sempre per aereo e per pacchettino, con l'aggiunta di un nastro sul quale erano registrate le musiche che un giapponese aveva composto apposta per lui. Nel frattempo, però, non dimenticava gli oggetti « a funzione estetica », vale a dire i « multipli » che servono al gioco del « fruitore », alla libera invenzione degli occhi e delle mani, come le « sculture da viaggio » (beffarda versione del pezzo unico) o le « strutture continue » che ripetono, in vari materiali, l'armonia di certe strutture naturali: come la nervatura d'una foglia o il cristallo di quarzo.

« L'arte commerciale che facevo », dice, « mi permetteva di andare avanti con le mie esplorazioni personali. E così ogni tanto esprimevo i frutti delle mie ricerche fra l'indifferenza generale. Ma ero sicuro di essere nel giusto e me la ridevo sotto i baffi ». Quell'indifferenza, in-



In alto: Munari con il « trofeo Alfa Romeo », un'originale struttura metallica da lui ideata per conto della Casa automobilistica. Qui sopra: il designer al suo tavolo da lavoro. Sul cartellone è scritto, con un singolare « gioco » grafico, il nome dell'autore. Munari ha sessantadue anni ed ha un figlio psicologo. La sua prima mostra risale al 1933.

fatti, non durò a lungo. Nel '65 una grande mostra a Tokyo, visitata da migliaia di persone, rappresentò il primo boom di Munari all'estero. Aveva esposto, fra l'altro, una fontana composta di una vasca circolare, a fondo di sabbia bianca, e d'un piccolo dispositivo di serbatoi che faceva cadere adagio, dall'alto, cinque intermittenti gocce d'acqua. Le gocce disegnavano via via lente sfere, in un gioco così pacato, così dolce, che i giapponesi vi riconobbero il perfetto spirito dello Zen. E l'entusiasmo fu tale che all'aeroporto Munari si trovò addirittura una delegazione di giovani con uno striscione che diceva: « Torna Munari ». (Più tardi gli fu spiegato che il suo nome, in giapponese, significava « fare dal niente »). Nel '67, poi, fu chiamato a tenere un corso di comunicazione visiva all'Università di Harvard, un'altra affermazione che gli permise di adottare un metodo d'insegnamento tutto suo: lasciar liberi gli studenti di seguire ognuno la propria inclinazione, mai imporre regole fisse, stabilire fin dall'inizio una grande elasticità di metodo, favorire il lavoro in comune e così via.

Fu da quel momento il riconoscimento ufficiale, non solo all'estero ma in Italia. « Per forza », Munari commenta ridendo, « dopo avermi considerato per tanto tempo un tipo buffo, ora non potevano più ignorare che in altri Paesi venivo preso molto sul serio! Insomma, se il museo d'Arte Moderna di New York ha alcune opere mie che qui venivano considerate delle stupidaggini, ecco che il serissimo critico italiano deve ovviamente cambiare idea: altrimenti ci fa brutta figura! » Ed è stato così, difatti. Oggi Bruno Munari è considerato un piccolo maestro della comunicazione vi-

l'uomo e la sua metà...

**bevono insieme
un punto di amaro e mezzo di dolce!**



STUDIO TESTA 1

PUNTE MIES

aperitivo* digestivo

*ben freddo

MUNARI (continuazione)

siva: e adesso se lo contendono molti istituti d'arte per rinnovare i loro programmi di studio, molte industrie, molti architetti, molte imprese editoriali. Ha quasi sessantadue anni, ma ne dimostra molti di meno perché è rimasto fresco com'era prima, un po' mimo e un po' fanciullo. Dice allegramente: « Io credo che uno che vive di ricordi diventi vecchio, e uno che vive di progetti resti giovane ». Lui, appunto, ha scelto la perenne gioventù dei progetti. Lavora molto, ma il suo lavoro ha una strana particolarità, che non si vede se non nei risultati. Quando Munari si mette al suo tavolo (ed è un tavolo piccolo con stumentini insignificanti come le forbici, il righello, le matite, i quadratini di plastica o di latta), significa che la lunga fase dell'osservazione è già avvenuta e che il frutto è pronto per saltar fuori: perfetto e in un attimo. « Io direi addirittura che la maggior fatica che ho fatto è stata quella d'allenarmi a questa immediatezza. Sono come un acrobata che salta sul filo e non si vede lo sforzo che fa. L'impresione di freschezza che danno i miei lavori nasce proprio da qui ». E subito dopo aggiunge: « Crearsi un *hobby* che faccia da contrappeso al lavoro secondo me è una sciocchezza. Bisogna invece fare il contrario: trattare il proprio lavoro come un *hobby* ».

**Cerca di obbedire il più possibile
a tutti i richiami della vita**

E questo, difatti, è proprio uno dei segreti della sua serenità, della sua operosa allegria. Nulla, in realtà, riesce a innervosirlo, a turbarlo. E curioso di tutto, guarda tutto, cerca di esplorare tutti gli strumenti della civiltà di massa: da qualche anno è anche uno dei fondatori del centro cinematografico di ricerca di Monte Olimpino. Va spesso in giro e come un passerotto sull'albero cerca di obbedire il più possibile a tutti i richiami della vita: mostre, amicizie, incontri, dibattiti. La sua presenza è di quelle rasserenanti che non innervosiscono né ingombrano. Gli piace sorridere o addirittura ridere gentilmente di sé e del mondo. Una delle sue frasi-guida, tolta dallo *Zen*, dice: « Il riso è manifestazione esterna di un equilibrio interiore, mentre il volto tetro è segno di tetraggine dello spirito ». Ma ama anche stare in casa, o sul terrazzo, dove coltiva assiduamente certi alberelli nani, di tipo giapponese, oppure guarda i giochi delle nuvole. Dice: « L'importante è tenersi in contatto con la natura, sentire quell'armonia... Guai a fare come certi milanesi che accumulano, accumulano denaro e poi la sera siedono davanti alla TV, e non sanno neanche com'è fatto un sasso, o un iris in sezione! ». La vera libertà, secondo lui, consiste nella capacità di stare dentro ai propri limiti, ma senza sforzo, solo assaporando il piacere del contatto con la natura e con se stessi.

Una bella filosofia, dunque. Anzi, una rara filosofia per un artista visivo che sia immerso fino al collo nel mutevole, ansioso flusso della civiltà contemporanea. « Lo crede davvero? », mi domanda gaiamente. E subito dopo, più serio: « No, vede, per me è tutto molto semplice. Io penso che noi, su questo pianeta, ci siamo di passaggio, e che cosa dobbiamo fare allora? La cosa migliore è cercare di capire il mondo per quello che è, ognuno secondo le proprie possibilità. Così io esploro le cose dal punto di vista fisico, strutturale, ottico, cinetico e cerco di comunicarle nel modo più semplice... Almeno, quando sarò morto, potrò lasciare agli altri la mia fettina di conoscenza. Insomma, anch'io avrò contribuito ».

Grazia Livi

SOMMARIO

- 24 **IL MONOLITO SOVIETICO IN FRANTUMI**
di Ricciardetto
- 31 **LA SVOLTA CONSERVATRICE**
di Domenico Bartoli
- 36 **LA MAFIA IN LIBERTÀ!** di Livio Pesce
- 42 **MADAME DE B.**
- 46 **PERCHÉ LE CAPRE HANNO VINTO IL CANCRO?** di Giuseppe Grazzini
- 52 **IL CINEMA DELLA SETTIMANA**
di Domenico Meccoli
- 54 **IN ITALIA LA TV A COLORI È GIALLA**
di Enrico Negretti e Gualtiero Tramballi
- 62 **I RUSSI HANNO SCOPERTO LA LIBERTÀ**
di Rupert Davies
-
- 69 **IL MISTERO DEGLI UCCELLI (2)**
di Vittorio G. Rossi
-
- 86 **L'ALBUM DEI FRANCOBOLLI**
di Fulvio Apollonio
- 88 **L'UOMO CHE (SI DIREBBE) PASSA LA VITA
GIOCANDO** di Grazia Livi
- 94 **UNA STRAORDINARIA MEDEA: LA CALLAS**
- 98 **LA NOSTRA SALUTE** di Ulrico di Aichelburg
- 103 **LA NOSTRA AUTO**
- 104 **SONO GIÀ IN VACANZA GLI AMICI DEL
«CLUB DI EPOCA»**
- 106 **C'È UN SEGRETO NELLA PORSCHE?**
di Ricciotti Lazzeri
- 112 **LA PRESIDENTESSA DOVRA RINUNCIARE
AI BLUE-JEANS**
- 114 **È CADUTA UNA STELLA** di Carla Stampa
- 119 **QUEL GIORNO GLI ALLEATI ENTRARONO
A ROMA** di Robert H. Adleman e George Walton
- 133 **FINALMENTE VERONA HA OTTENUTO UN
CONSERVATORIO** di Giulio Confalonieri
- 135 **DUE NARRATORI** di Luigi Baldacci
- 138 **LE ULTIME LITOGRAFIE DI ENNIO MOR-
LOTTI** di Raffaele Carriera
- 141 **RIVIVONO I KENNEDY** di Filippo Sacchi
- 142 **UNA SATIRA DI IMPRONTA BRECHTIANA**
di Roberto De Monticelli



Pubblichiamo in questo numero un'inchiesta sulla TV a colori, che esiste ormai in America, in Giappone, nell'URSS e in buona parte dell'Europa, ma non esiste ancora in Italia. Perché? Ecco la sconcertante risposta: i mezzi non mancano, l'industria è pronta da un pezzo, ma l'Italia non riesce ugualmente ad avere la TV a colori, perché il governo ci considera « immaturi » per tanta novità.

N. 979 - Vol. LXXV - Milano - 29 giugno 1969 © 1969 Epoca - Arnoldo Mondadori Editore

Redazione, Amministrazione, Pubblicità: via Bianca di Savoia 20, 20122 Milano - Tel. 8384 - Ufficio Abbonamenti: tel. 74.95.51/73.08.51 - Indirizzo telegrafico EPOCA - Milano. Redazione romana: via Sicilia, 136/138, 00187 Roma - Tel. 46.42.21/47.11.47 - Indirizzo telegrafico: Mondadori-Roma. Abbonamenti: Italia: Ann. L. 7.500+300 per spese relative al dono - Sem. L. 3.800. Estero: Ann. L. 12.700+500 per spese relative al dono - Sem. L. 6.400. Inviare a: Arnoldo Mondadori Editore, Via Bianca di Savoia 20, 20122 Milano (c/c postale n. 3-34552). Per il cambio di indirizzo inviare L. 60 in francobolli e la fascetta con il vecchio indirizzo. Numeri arretrati L. 200 (c/c postale n. 3-34553). Gli abbonamenti si ricevono anche presso i nostri Agenti e nei « Negozi Mondadori »: Bari, v. Abate Gimma 71, tel. 23.76.87; Bologna, v. D'Azeglio 14, tel. 23.83.69; Bologna, piazza Calderini 6, tel. 23.62.56; Cagliari, v. Logudoro 48, tel. 5.08.23; Capri (Napoli), v. Camerelle 16/a, tel. 77.72.81; Caserta, v. Roma - Pal. Unione Industriali, tel. 91791; Catania, v. Etnea 368/370, tel. 27.18.39; Cosenza, c.so Mazzini 156/c, tel. 2.45.41; Ferrara, v. Della Luna 30, tel. 3.43.15; Firenze, v. Lamberti 27/r, tel. 28.37.00; Genova, v. Carducci 5/r, tel. 5.39.18; Genova, v. XX Settembre 206/r, tel. 5.57.62; Gorizia, c.so Verdi 102/b (Galleria), tel. 8.70.07; La Spezia, v. Biassa 55, tel. 2.81.50; Lecce, v. Monte S. Michele 14, tel. 2.68.48; Lucca, v. Vittorio Veneto 48, tel. 4.21.09; Messina, v. Dei Mille, 60 - Pal. Toro, tel. 22.192; Mestre (Venezia), v. Carducci 68, tel. 5.06.96; Milano, c.so Vittorio Emanuele 34, tel. 70.58.33; Milano, v. Vitruvio 2, tel. 27.00.61; Milano, v.le Beatrice d'Este 11/a, tel. 83.48.27; Milano, c.so di Porta Vittoria 51, tel. 79.51.35; Modena, v. Università 19, tel. 30.248; Napoli, v. Guantai Nuovi 9, tel. 32.01.16; Padova, v. Emanuele Filiberto 6, tel. 3.83.56; Parma, v. Mazzini 50 - Galleria, tel. 29.021; Pescara, c.so Umberto I 14, tel. 2.62.49; Pisa, v.le Antonio Gramsci 21/23, tel. 2.47.47; Roma, Lungotevere Prati 1, tel. 65.58.43; Roma, v. Veneto 140, tel. 46.26.31; Roma (CIM-P. Vetro), v. XX Settembre 97/c, tel. 48.13.51; Roma (C.I.M.), piazzale della Radio 72, tel. 55.06.07; Roma, piazza Gondar 10, tel. 831.48.80; Torino, v. Roma 53, tel. 51.12.14; Trieste, v. G. Gallina 1, tel. 3.76.88; Udine, v. Vittorio Veneto 32/c, tel. 5.69.87; Venezia, S. Giovanni Crisostomo 5796, Cannaregio, tel. 2.51.02; Venezia, Calle della Mandola - S. Marco 3717/D, tel. 2.40.30; Vicenza, c.so Palladio 117 (Gall. Porti), tel. 2.67.08. Estero: Tripoli (Libia) (Libr. R. Ruben), Giaddat Istiklal 113, tel. 3.44.39. Pubblicità: inserzioni in bianco e nero Lire 900 per millimetro/colonna. Svizzera, prezzo speciale di abbonamento: annuo (con dono) Frsv. 70, semestrale Frsv. 35.

Istituto
Accertamento
Diffusione



Cert. n. 759

Questo periodico
è iscritto alla FIEG



Federazione Italiana
Editori Giornali

ARNOLDO MONDADORI EDITORE

UOMINI!

NON PERMETTETE CHE I CAPELLI GRIGI DIVENTINO I VOSTRI PADRONI!

La prima battaglia
per un aspetto giovane
è quella contro
i capelli grigi:
per vincerla basta scegliere
fra questi 2 prodotti:

RI-NO-VA FOR MEN ridona ai capelli grigi il primitivo colore di gioventù. Si usa come una crema per capelli, non unge ed ha effetto **progressivo**, sicuro, insospettabile.



RI-NO-VA IST è un prodotto maschile che ridà ai capelli grigi il colore di gioventù in modo **istantaneo o progressivo** a scelta.

Una semplice applicazione ogni 3 settimane elimina il grigio anche solo su parte della capigliatura.

In profumeria e farmacia

LABORATORI VAJ-PIACENZA

RI-NO-VA[★]

IST

CONTRO I CAPELLI GRIGI