

Call for Papers

## **Promoting the *Made in Italy* Brand (1948-1960)**

### **Histories of Italian craft and design for the 21st century**

International Conference, 16-18 May 2023 - Milan, Italy

Politecnico di Milano, Dipartimento di Design, Scuola del Design

This 3-day international conference is organized as part of the *VO Project – Objects Voices. Italian Design from Museum to Home*, a FARB 2021 project funded by the Department of Design at the Politecnico di Milano.

**Research Team:** Paola Cordera (project leader), Antonio Aiello, Giampiero Bosoni, Chiara Faggella, Pietro C. Marani, Ico Migliore, Maria Cristina Tonelli, Federica Vacca

1950s marketing campaigns disseminated through exhibitions, trade fairs, conferences, events, movies, and press publications, attest to the Italian government's many efforts to support national economic recovery after WWII. New Italian crafts, design, and industrial production, displayed on the world stage, marked a new beginning for Italy in the wake of its political, economic, and industrial reconstruction.

These initiatives testified to the emergence of a vibrant Italian creative universe entrenched within its cultural heritage and fueled by an interwoven network of artisans, manufacturers, artists, craftspeople, designers, and architects. Through their support for the growing demand for Italian products, they promoted the Made in Italy brand among foreigners, while forging a collective consciousness and a renewed national pride among Italians.

Today, national and international decorative arts and design museums and exhibitions highlight items (manufactured between 1948 and 1960) in their shows, turning them into Italian design icons. Most narratives emphasize their designer name and their aesthetic features, but overlook their value as "semiophoric" objects of a broader interconnected scenario of skills and practices.

In the wake of the growing stature of 1950s Italian design at auctions and building upon seminal exhibitions such as *Il Design Italiano Degli Anni '50* (Milan 1981), *Anni Cinquanta* (Milan 2005) and *Il Modo Italiano* (Montreal-Toronto-Rovereto 2006-2007), the conference **Promoting the *Made in Italy* Brand (1948-1960)** will reflect on the meaning of 1950s Italian design on a global scale and from a multi-disciplinary perspective. It aims to highlight the presence of an Italian creative heritage spanning all aspects of design (including architecture, fashion, furniture, product and graphic design, and transport). It will examine the many ways to experience Italian design both inside and outside the museum through the lens of a post-pandemic world.

This conference aims to enlarge the research perspective of the Italian creative universe and to go beyond the existing emphasis on individual narratives concerning applied arts, decorative arts, craftworks, and design.

We invite **proposals** that address the following:

- archives and museums policies to promote and communicate their holdings;
- exhibition displays or practices addressed to visitor involvement and interaction inside and outside museums;
- decorative arts, crafts and design collectors and collections;
- ICT technologies for knowledge and leisure addressed to promote Made in Italy narratives;
- curatorial transferring of 1950s products from the Physical to the Virtual World;
- policies and practices addressing to the protection, preservation, and conservation of 1950s objects;
- 1950s stories of craft and industry impacting local communities and the way shared memories of a lost past are kept alive;
- narratives concerning applied arts, decorative arts, craftworks, and design as tourism marketing tools;
- copyright issues and the use of digital tools;
- raise questions on gender issues.

The Research Team encourages proposals by academics, Ph.D. students, independent scholars, and museum and archive professionals. It welcomes contributions from different disciplines and fields of study within the humanities and social sciences, design and architecture, and media, with particular attention to new praxis and research topics and the use of innovative methodologies and interdisciplinary approaches.

In doing so, the Research Team aims to nurture insights into the structures and dynamics that govern overstudied creative industries or unknown case studies and examine new ways to map, analyze and promote them at both local and global levels and explore the challenges of the use of innovative narratives (including physical, digital and/or virtual experiences).

The conference will be held in person. Applicants are invited to send their proposals for a 20-minute presentation by e-mail in a single Word file as an attachment to **[voproject-design@polimi.it](mailto:voproject-design@polimi.it)**

Contributions are welcome in English and Italian.

Proposals should include:

- the title of the proposal, together with an abstract (maximum 1,500 characters, spaces included);
- 5 keywords;
- a short biography highlighting activities and publications related to the conference's theme (maximum 800 characters, spaces included).

The deadline for applications is **12 February 2023**.

Notification of acceptance will be given by 20 February 2023.

Call for Papers

## **La promozione del Made in Italy (1948-1960)**

### **Storie di artigianato e design italiani per il XXI secolo**

Conferenza Internazionale, 16-18 Maggio 2023 - Milano, Italia

Politecnico di Milano, Dipartimento di Design, Scuola del Design

Convegno internazionale organizzato nell'ambito del progetto *VO Project - Objects Voices. Italian Design from Museum to Home*, un progetto FARB 2021 finanziato dal Dipartimento del Design del Politecnico di Milano.

**Gruppo di ricerca:** Paola Cordera (coordinatrice e responsabile scientifica), Antonio Aiello, Giampiero Bosoni, Chiara Faggella, Pietro C. Marani, Ico Migliore, Maria Cristina Tonelli, Federica Vacca

L'intensa attività promozionale messa in atto attraverso mostre, fiere, conferenze, eventi, film e pubblicazioni sulla stampa periodica degli anni Cinquanta contribuì a evidenziare lo sforzo portato avanti dal governo italiano al fine di sostenere la ripresa economica nazionale nel dopoguerra. Imposti all'attenzione internazionale, i nuovi prodotti dell'industria, dell'artigianato e del design italiano attestavano un nuovo principio per il Paese, a seguito della sua ricostruzione politica, economica e industriale.

Queste iniziative attestavano l'emergere di un vibrante universo creativo italiano, profondamente connesso con la sua storia e alimentato da una fitta rete di artigiani, produttori, artisti, designer e architetti. Nel sostenere l'accresciuta domanda di prodotti italiani, tali azioni hanno contribuito a promuovere il Made in Italy presso un pubblico straniero, ma anche a forgiare una coscienza collettiva e un nuovo senso di orgoglio tra gli italiani.

Molti degli oggetti prodotti tra il 1948 e il 1960 sono stati inseriti nei percorsi di musei e mostre di arte decorativa e design tanto in Italia quanto all'estero ed esposti quali vere e proprie icone del design italiano. In questi contesti, viene generalmente enfatizzata la rilevanza del progettista, il valore estetico dei singoli oggetti, ma il più delle volte ne è trascurato il valore in quanto oggetti "semiofori" di un articolato scenario di competenze e pratiche condivise.

Sulla scia del crescente successo del design italiano degli anni Cinquanta attestato dalle vendite all'asta e a partire da alcune mostre fondamentali quali *Il Design Italiano Degli Anni '50* (Milano 1981), *Anni Cinquanta* (Milano 2005) e *Il Modo Italiano* (Montreal-Toronto-Rovereto 2006-2007), la conferenza **La promozione del Made in Italy (1948-1960)** intende riflettere sul significato del design italiano degli anni Cinquanta su scala globale e secondo una prospettiva multidisciplinare. L'obiettivo è quello di evidenziare la presenza di un universo creativo italiano (compresi architettura, moda, arredamento, design del prodotto e della grafica e trasporti) all'interno e all'esterno degli spazi museali ed esaminarne le diverse possibilità di fruizione nel quadro post-pandemico.

Il gruppo di ricerca intende approfondire le strutture e le dinamiche che governano le industrie creative prendendo in esame, casi noti ma soprattutto esperienze meno sconosciute, esplorando nuovi metodi per mapparli, analizzarli, promuoverli e comunicarli tanto a livello locale che globale, considerando anche

possibilità offerte dall'impiego di narrazioni innovative (nella dimensione fisica, digitale e/o virtuale). Questa conferenza si propone di ampliare gli orizzonti di ricerca del saper fare italiano e di superare la tradizionale enfasi posta sulle singole narrazioni riguardanti le arti applicate, le arti decorative, l'artigianato e il design.

Sono incoraggiate **proposte** che affrontino i seguenti temi:

- politiche e pratiche degli archivi e dei musei per la promozione e la comunicazione del proprio patrimonio;
- esposizioni o pratiche di coinvolgimento e interazione dei visitatori all'interno e all'esterno dei musei;
- collezionisti e collezioni di arti decorative, artigianato e design;
- tecnologie ICT per la conoscenza e il tempo libero per promuovere le narrazioni del Made in Italy;
- pratiche curatoriali per il trasferimento degli oggetti dal mondo fisico a quello virtuale;
- politiche e pratiche di protezione, tutela e conservazione degli oggetti degli anni Cinquanta;
- storie di artigianato e industria degli anni Cinquanta che hanno avuto un impatto sulle comunità locali e sul modo in cui vengono mantenute vive le memorie condivise del passato;
- narrazioni riguardanti le arti applicate, le arti decorative, l'artigianato e il design come opportunità per il turismo;
- questioni di copyright e uso di strumenti digitali;
- sollevare questioni di genere.

Il gruppo di ricerca incoraggia le proposte di accademici, dottorandi, studiosi indipendenti e professionisti di musei e archivi. Accoglie con favore contributi provenienti da diverse discipline e campi di studio nell'ambito delle scienze umane e sociali, del design e dell'architettura e dei media, con particolare attenzione a nuove pratiche e temi di ricerca e all'uso di metodologie innovative e approcci interdisciplinari.

In questo modo, il *team* di ricerca intende approfondire le strutture e le dinamiche che governano industrie creative già celebrate o casi di studio meno noti e ad esaminare nuovi modi per mapparle, analizzarle e promuoverle a livello locale e globale, esplorando le possibilità offerte dall'uso di narrazioni innovative.

La conferenza si terrà in presenza. Coloro che sono interessati a proporre un intervento (max 20 minuti) sono invitati a inviare la loro proposta in un unico file Word come allegato al seguente indirizzo mail: **voproject-design@polimi.it**

I contributi potranno essere in lingua italiana o inglese.

Le proposte dovranno includere:

- Il titolo accompagnato da un abstract in italiano o inglese (max 1500 caratteri, spazi inclusi);
- 5 parole chiave;
- un sintetico profilo biografico che evidenzia le attività e le pubblicazioni relative al tema della conferenza (massimo 800 caratteri, spazi inclusi).

Scadenza per la presentazione della proposta: **12 febbraio 2023.**

Notifica di accettazione: 20 febbraio 2023.