

La mostra

Manifesti e polizze d'autore per le società: un'altra storia dell'arte

Quando Boccioni faceva l'agente delle assicurazioni

CHIARA GATTI

«**S**E qualcosa può andare storto, lo farà» dice una delle leggi di Murphy. In tal caso, meglio essere ben assicurati. Snocciolando un po' di sano terroismo, complici immagini apocalittiche e slogan tranquillizzanti, le compagnie assicurative di mezza Europa hanno per secoli convinto i propri clienti a stipulare polizze contro accidenti banali o capricci del destino.

Una mostra, curata da Marina Bonomelli e Claudia Di Battista alla Biblioteca Sormani, racconta una lunga storia della precauzione, riassunta sotto un titolo canzonatorio "Scacco al rischio! Fortuna, sventura, calcolo nell'assicurazione dal Medioevo a oggi" (fino al 9 aprile, info 02.87064280, catalogo Silvana). Usciti dalla collezione della **Fon-**



dazione Mansutti, 200 pezzi, fra documenti, affiche, targhe, cimeli e salvadanai, svelano un concetto semplice, ma quasi antropologico: i beni da assicurare, variando con le epoche, testimoniano il



mutare dei valori civili e delle priorità sociali. Se i mercanti medievali genovesi assicuravano i carichi delle navi (un primo documento del 1343 riguarda il viaggio di un mercantile nel Mediter-



PER SAPERNE DI PIÙ
www.storiadelleassicurazioni.com



LE AFFICHE

Sopra il manifesto di Boccioni per la compagnia svizzera Helvetia (1914). A sinistra le affiche di Metlicovitz per la Concordia (1910) e di Dupuis per la "Genevoise" (1930)

...raneo), fra Cinque e Seicento spopolavano le polizze contro la peste; che non tutelavano gli appetati, bensì i redditi incamerati dagli esattori delle gabelle. Mentre le città marinare si garantiva-

no dal pericolo di riscattare i propri uomini ridotti in schiavitù dai turchi, gli inglesi temevano gli incendi e, dopo il rogo di Londra del 1666, trecimila case in cenere, inventarono una lobby anti-fiamma con squadre di pompieri privati, antesignane del servizio pubblico. Il capitolo più ricco della mostra si apre all'alba del mondo moderno.

In pieno boom della stampa litografica, usata per la cartellonistica di fine Ottocento, anche le compagnie di assicurazione videro nel nuovo mezzo uno strumento popolare per vendere prodotti. Come quelli della Rinascente o della Campari, i manifesti delle assicurazioni furono baciati dall'eleganza della Belle Epoque, affidati alle mani di artisti dal tocco magico. Dudovich disegnò per le Generali contadine felici che non avevano paura dei fuochi nei pagliai o della grandine nei campi. Metlicovitz studiò per la Concordia una campagna votata alle pensioni dei lavoratori. Boccioni, grafico pubblicitario oltre che futurista audace, consegnò alla svizzera Helvetia un angelo simbolista protettore degli infortunati. Fra cavalli imbizzarriti, cadute dalla bicicletta, mandrie malate e furti in cassaforte, ogni immagine sintetizza lo spirito di un paese. A Bruxelles coppie borghesi fremevano per i gioielli. In Russia, il realismo socialista distinse scene tragiche di famiglie che assicurano la propria vita. Teutonico e minimalista uno slogan tedesco, anni Sessanta, ironizza "Non avete altro per proteggervi?" e inquadra un vecchio ombrello rotto, chiuso all'angolo di una stanza.

©RIPRODUZIONE RISERVATA

