



 **TONALITE**

Via Andrea Costa, 8 - 40019 Sant'Agata bolognese BO, ITALY
Tel: +39 051957253 - info@tonalite.it - www.tonalite.it

AND RIVISTA DI ARCHITETTURE, CITTÀ E ARCHITETTI

CERAMIC MATERIAL > STONE MATERIAL

48

luglio
dicembre 2025

MATERIA CERAMICA >
MATERIA PIETRA

48

Semestrale in Italia € 12,00 Poste Italiane S.p.A. - Spedizione in abbonamento postale - D.L. 353/2003 (conv. in L. 27/02/2004 n. 46) art. 1, comma 1, DCB FIRENZE
Austria € 20,90 - Belgio € 15,90 - Francia € 20,90 - Principato di Monaco € 20,90 - Germania € 20,90 - Portogallo € 14,90 - Spagna € 15,90 - Svizzera Canton Ticino CH € 18,90 - Gran Bretagna € 15,90

VND
editrice



gianpiero alfarano
martina carandente
santi centineo
parisa darv
paolo di nardo
paolo franzo
leonardo gómez haro
antonella pettorruso
marcello scalzo
alessandro spennato

NO

AND

Rivista scientifica di architettura e design in
Open Access / *Scientific journal of architecture and
design in Open Access*
Numero/Number 48, Anno/Year 2025

Periodicità semestrale / *Six-monthly frequency*
ISSN 1723-9990 *print*
ISSN 2785-7778 *online*

editor-in-chief

Paolo Di Nardo

comitato scientifico / scientific advisory board

Alfonso Acoella, Alessandra Capuano, Maurizio
Carta, Niccolò Cuppini, Fabrizia Ippolito, Alberto
Ferlenga, Steffen Lehmann, Cherubino Gambardella,
Alessandro Melis, Luca Molinari, Vincenzo Latina,
Francesca Tosi, Mingchui Tu, Armand Vokshi

comitato editoriale / editorial board

Carlo Achilli, Gianpiero Alfarano, Tommaso Bertini,
Santi Centineo, Jurji Filieri, Gianluca Burgio, Paolo
Franzo, Eugenio Guglielmi, Vincenzo Maselli, Giulia
Panadisi, Gianluca Peluffo, Alessandro Spennato

procedura di revisione / review procedure

Double blind peer review

progetto grafico / graphic project

Davide Ciaroni

elaborazione grafica / graphic design

Alessandro Spennato

crediti fotografici / photo credits

Le foto sono attribuite ai rispettivi autori come
indicato sulle foto stesse. L'editore rimane a
disposizione per eventuali diritti non assolti. / *Photos
are attributed to their respective authors as indicated on
the photos. The publisher remains at disposal for any
unpaid rights.*

corrispondenti / corresponding

Francia/France: Federico Masotto
Germania/Germany: Andreas Gerlsbeck
Inghilterra/England: Alessandro Melis

traduzioni / translations

italiano-inglese - a cura dei rispettivi autori / by the
respective authors

**direzione e amministrazione / management and
administration**

via degli Artisti, 18/R - 50132 Firenze
www.and-architettura.it

redazione / editorial office

Simone Chietti, Luca Sgrilli, Alessandro Spennato
via degli Artisti, 18/R - 50132 Firenze
redazione@and-architettura.it

editore / publisher

DNA Editrice
via degli Artisti, 18/R - 50132 Firenze
tel. +39 055 9755168
info@dnaeditrice.it

**comunicazione e pubblicità / communication and
advertising**

DNA Editrice
via degli Artisti, 18/R - 50132 Firenze
tel. +39 055 9755168
redazione@and-architettura.it

distribuzione per l'Italia

DNA
via degli Artisti, 18/R - 50132 Firenze
tel. +39 055 9755168

distribuzione per l'estero

SO.DI.P. SpA
via Bettola, 18 - 20092 Cinisello Balsamo (MI)
tel. +39 02 66030400 - fax +39 02 66030269
sies@sodip.it - www.siesnet.it

stampa

ABC Tipografia Srl
Via di Capalle, 11 - 50041, Calenzano (FI)

Registrazione del Tribunale di Firenze
n. 5300 del 27.09.2003 ISSN 1723-9990
R.O.C. n. 16127 del 11/01/2006

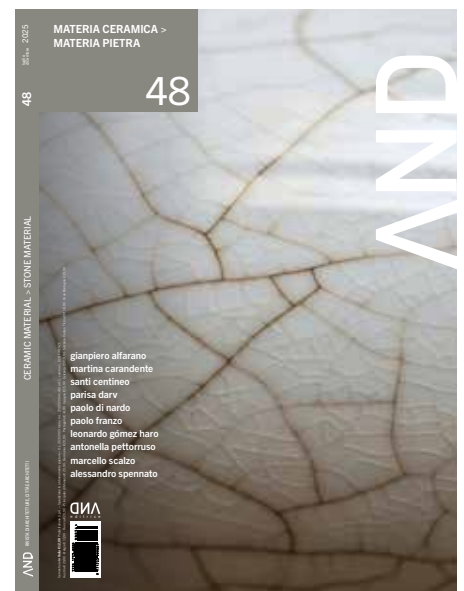
© AND - Rivista di Architetture, Città e Architetti
(salvo diversa indicazione)
© dei progetti di proprietà dei rispettivi autori

AND - Rivista di Architetture, Città e Architetti è una
testata di proprietà di:
DNA Associazione Culturale
via degli Artisti, 18/R - 50132 Firenze

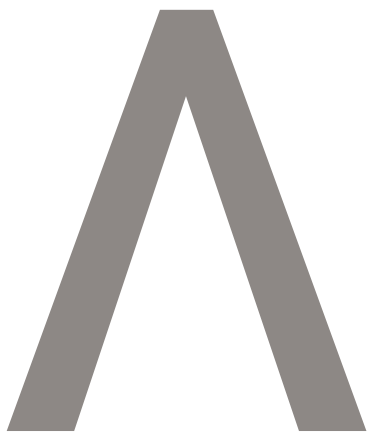
Le immagini utilizzate nella rivista rispondono alla
pratica del fair use (Copyright Act 17 U.S.C. 107)
recepita per l'Italia dall'articolo 70 della Legge
sul Diritto d'autore che ne consente l'uso a fini di
critica, insegnamento e ricerca scientifica a scopi
non commerciali. / *The images used in the magazine
comply with the practice of fair use (Copyright Act 17
U.S.C. 107) implemented in Italy by Article 70 of the
Copyright Law, which allows their use for the purposes
of criticism, teaching and scientific research for non-
commercial purposes.*



Tutti i contenuti sono pubblicati in Open Access con
licenza CC BY 4.0 / *All content is published in Open
Access under a CC BY 4.0 licence*
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>
Gli autori mantengono i diritti d'autore e possono
archiviare preprint, postprint e Version of Record
senza embargo / *Authors retain copyright and may
archive preprints, postprints, and versions of record
without embargo*



in copertina/on the cover: Reticolo frattale della crettatura
ceramica
Fonte/Source: pngtree.com



48

sommario/summary

Materia Ceramica > Materia Pietra

4

EDITORIALE

9



MARTINA
CARANDENTE

17



SANTI
CENTINEO

27



PARISA
DARV

37



PAOLO
DI NARDO

51



PAOLO
FRANZO

59



GIANPIERO
ALFARANO

75



LEONARDO
GÓMEZ HARO

85



ANTONELLA
PETTORRUSO

95



MARCELLO
SCALZO

105



ALESSANDRO
SPENNATO



Il fascino d'Oriente

Suggerimenti esotici / erotici nella ceramica italiana
post-Lenci (1930–1960)

testo di/text by Marcello Scalzo

The charm of the Orient. Exotic / erotic influences in post-Lenci Italian ceramics (1930–1960)

Introduction

In the last decades of the 19th century, Italy, in an attempt not to appear inferior to the great European powers, undertook a series of expeditions aimed at establishing and subsequently expanding its own colonial dominion, mainly in African territory. However, the most "attractive" regions, rich in mineral resources, had already been occupied by the most skilful and voracious European monarchies, both politically and economically. Within a few decades, however, Italy also managed to carve out its own modest "place in the sun": first the regions of North Africa, opposite Sicily, and some Mediterranean islands, taken from the disintegrating Ottoman Empire; then, further afield and at the cost of human lives, some territories in the Horn of Africa, of little strategic and economic interest. This brief historical and political introduction runs parallel to a phenomenon that, starting in the 19th century, profoundly affected European art and culture: Orientalism. Between the 19th and 20th centuries, this complex artistic movement drew inspiration from figurative and decorative models from the Near East and North Africa, often extending to Asia, establishing itself in conjunction with imperialist expansion and Napoleon's campaign in Egypt. Orientalism, steeped in ex-

Introduzione

Negli ultimi decenni del XIX secolo l'Italia, nel tentativo di non apparire inferiore alle grandi potenze europee, intraprese una serie di spedizioni finalizzate all'avvio e alla successiva espansione di un proprio dominio coloniale, prevalentemente in territorio africano. Le regioni più "appetibili", ricche di risorse minerarie, erano tuttavia già state occupate dalle monarchie europee più abili, e più voraci, sul piano politico ed economico. Nel giro di pochi decenni anche il nostro Paese riuscì comunque a ritagliarsi un proprio, modesto "posto al sole": dapprima le regioni del nord Africa, di fronte alla Sicilia, e alcune isole del Mediterraneo, sottratte al disgregato Impero ottomano; poi, più lontano e a prezzo di sacrifici di vite umane, alcuni territori del Corno d'Africa, di scarso interesse strategico ed economico. Questa breve premessa storico-politica si colloca in parallelo a un fenomeno che, a partire dal XIX secolo, investe in modo profondo l'arte e la cultura europea: l'Orientalismo. Tra XIX e XX secolo questa articolata corrente artistica trae ispirazione da modelli figurativi e decorativi del Vicino Oriente e del Nord Africa, spesso estesi anche all'Asia, affermandosi in concomitanza con l'espansione imperialista e con la campagna napoleonica in Egitto. L'Orientalismo, intriso di suggestioni esotiche, si configura come una rielaborazione nostalgica e immaginaria di popoli, costumi e luoghi lontani: una ricostruzione storica di fantasia in cui convivono, senza apparenti contraddizioni, suggestioni provenienti dal mondo egizio e assiro-babilonese, dal Mediterraneo antico, dall'universo islamico (dall'Alhambra di Granada alla Persia), dal Giappone, dal Medio Oriente, dalla Cina, dall'Indocina e dalle civiltà africane. Le produzioni artistiche, dall'architettura alla pittura, dalla scultura alle arti decorative, si propongono così di evocare atmosfere e mondi remoti, ricostruendo scenari immaginati e idealizzati, in un costante tentativo di evasione dalla banalità del quotidiano, attraverso un raffinato gioco di suggestioni esotiche e visioni fantastiche.

La ceramica italiana negli anni '20-'30

Nel 1927 si tiene la terza Biennale di Monza, denominata «Mostra Internazionale delle Arti Decorative», il cui intento è quello di promuovere le arti decorative e di incentivarne il confronto tra industrie e artisti alla ricerca di forme nuove e idee originali, stimolando sperimentazioni e soluzioni innovative. La Mostra presenta non solo artigianato d'alta classe, il cosiddetto "pezzo unico" destinato a pochi, ma anche prodotti e manufatti facilmente accessibili, a costi ragionevoli, a una larga fascia di utenza. Inoltre, uno dei concetti espressi dalla Biennale di Monza era quello di non osteggiare il processo industriale, bensì di cercare di associarlo ulteriormente al lavoro artigianale, in un modo più utile e vantaggioso, per favorire la più ampia diffusione possibile dei prodotti. Nella ceramica italiana di

94

95

in questa pagina/on this page: (in alto da sinistra) Ars Pulchra Torino (danzatrice), h. 37 cm, base 10x11 cm; C.I.A. Manna Torino - Portatrice africana, h. 56 cm, base 15x15 cm; (in basso da sinistra) C.I.A. Manna Torino - Sayda, h. 41 cm, base 20x26 cm; C.I.A. Manna Torino - Tamoa, h. 45 cm,

base 16x22 cm / (top left) Ars Pulchra Turin (dancer), height 37 cm, base 10x11 cm; C.I.A. Manna Torino - African bearer, height 56 cm, base 15x15 cm; (bottom left) C.I.A. Manna Torino - Sayda, height 41 cm, base 20x26 cm; C.I.A. Manna Torino - Tamoa, height 45 cm, base 16x22 cm

otic influences, took the form of a nostalgic and imaginary reworking of distant peoples, customs and places: a historical reconstruction of fantasy in which influences from the Egyptian and Assyrian-Babylonian worlds, the ancient Mediterranean, the Islamic universe (from the Alhambra in Granada to Persia), Japan, the Middle East, China, Indochina and African civilisations coexist without apparent contradictions. Artistic productions, from architecture to painting, from sculpture to the decorative arts, thus sought to evoke remote atmospheres and worlds, reconstructing imagined and idealised scenarios in a constant attempt to escape the banality of everyday life through a refined interplay of exotic influences and fantastical visions.

Italian ceramics in the 1920s and 1930s

In 1927, the third Monza Biennale, titled the "International Exhibition of Decorative Arts", was held to promote the decorative arts and encourage dialogue between industries and artists seeking new forms and original ideas, thereby stimulating experimentation and innovative solutions. The exhibition presented not only high-class craftsmanship, the so-called "unique pieces" intended for the few, but also products and artefacts that were easily accessible and reasonably priced for a wide range of users. Furthermore, one of the concepts expressed by the Monza Biennale was not to oppose the industrial process, but rather to further associate it with craftsmanship in a more advantageous way, in order to promote the widest possible distribution of products. Three aspects clearly stand out in Italian ceramics of this period: the craftsmanship of the "unique piece" as an exclusive art form; in contrast, the ceramics industry, with its large-scale production (Richard Ginori, Società Ceramica Laveno); and finally, in an intermediate position, serial craftsmanship (Lenci and its followers). The latter, although similar to small-scale industrial production, offers artefacts of good artistic quality, from which it is also possible to obtain satisfactory commercial results. The ceramic figurines we will discuss are to be considered "multiples", created with the concept of seriality in mind: works produced in multiple copies but conceived as originals. In fact, the artist-decorator intervenes on a base usually made from a mould, making the ceramic artefact unique through their pictorial intervention. Unlike a copy or reproduction, a multiple is an artistic project designed to be produced in a defined number of copies (edition), usually signed and numbered. These are very carefully crafted ceramic artefacts, which meant that production costs were rather high, not in keeping





a sinistra/on the left: (dall'alto) C.I.A. Manna Torino - Offerta, h. 29 cm, base 10x18 cm; C.I.A. Manna Torino, h. 26 cm, base 15x22 cm; Le Bertetti - Torino - Isole Bali (Indonesia), h. 46 cm, base 22x34 cm / (from

top) C.I.A. Manna Torino - Offering, height 29 cm, base 10x18 cm; C.I.A. Manna Torino, height 26 cm, base 15x22 cm; Le Bertetti - Torino - Bali Islands (Indonesia), height 46 cm, base 22x34 cm

questo periodo si distinguono nettamente tre aspetti: l'artigianato del pezzo unico, come forma d'arte esclusiva; a questo si contrappone l'industria delle ceramiche, con le sue produzioni in grande tiratura (Richard Ginori, Società Ceramica Laveno); infine, in posizione intermedia, l'artigianato seriale (la Lenci e i suoi epigoni). Quest'ultimo, pur assimilabile a una produzione industriale su piccola scala, offre manufatti di buona qualità artistica, dai quali è anche possibile ottenere soddisfacenti risultati commerciali. I figurini ceramici di cui tratteremo sono da considerarsi come "multipli", nati con la concezione della serialità: opere prodotte in più esemplari ma concepite come originali. Infatti, su una base solitamente ottenuta da uno stampo, interviene l'artista decoratore che, con il suo intervento pittorico, rende il manufatto ceramico unico. A differenza di una copia o di una riproduzione, il multiplo è un progetto artistico pensato per essere realizzato in un numero definito di esemplari (tiratura), solitamente firmati e numerati. Si tratta di manufatti ceramici dall'esecuzione molto accurata: ciò imponeva costi di produzione piuttosto elevati, che mal si accordavano con l'intenzione di farne una merce alla portata di tutti. Il risultato finale era una serie di prodotti di ottima fattura che incontravano il favore generale, ma non erano accessibili a tutte le borse. Di conseguenza, per stare al passo con la concorrenza, il bilancio finiva spesso in passivo: questo spiegherebbe il limitato arco di tempo (dagli anni '30 agli anni '60 del secolo scorso) in cui tali manufatti sono rimasti in produzione.



Lenci: acrostico di Ludus Est Nobis Constanter Industria

La Manifattura Lenci nacque a Torino nel 1919 su iniziativa di Enrico Scavini e di sua moglie Helen König Scavini, inizialmente per la produzione di bambole, giocattoli, mobili e arredi per l'infanzia. Realizzò inoltre un particolare tessuto per arazzi e bambole, noto appunto come pannolenci. Dal 1927 al 1937 l'azienda affiancò alla produzione tradizionale una linea di piccole figure e oggetti in ceramica smaltata, dando vita a un ricchissimo catalogo di sculture d'arredo e manufatti che divennero immediatamente di moda tra la piccola e media borghesia italiana. Per tale produzione Scavini e König si avvalsero della collaborazione creativa di importanti artisti, ceramisti e decoratori (Sandro Vacchetti, Gigi Chessa, Mario Sturani, Abele Jacopi, i fratelli Grande, Felice Tosalli, ma anche la stessa proprietaria Helen König Scavini), alcuni dei quali, già dagli anni '30, si renderanno autonomi fondando proprie manifatture ceramiche. Le sculture Lenci traevano ispirazione dalle contemporanee riviste di moda e rappresentavano scene di costume e figure femminili giovani, accattivanti e talvolta maliziose, riflettendo il gusto di un'epoca e di una società. Donne sportive, attrici, scene galanti, balli, temi rurali e mitologici, favole, personaggi grotteschi, nudi femminili al limite del lezioso e fanciulle giocosamente provocanti: questo costituiva il repertorio visivo di una collettività in bilico tra le alterne vicende storiche del Ventennio, e al tempo stesso uno status symbol immancabile nei salotti italiani dell'epoca.



I figurini ceramici: modelli, ispirazioni, tipologie

Il fenomeno degli "Epigoni Lenci" riscosse fin da subito ampia fortuna. L'estrema libertà degli artisti, non necessariamente vincolati a un'unica manifattura, favorì una produzione estremamente versatile e creativa, contribuendo alla diffusione di questi figurini ceramici dagli anni '30 fino alla fine degli anni '60. Si tratta di un periodo di felice vivacità artistica, durante il quale ceramisti e decoratori trassero ispirazione soprattutto dalla rappresentazione del femminile, più come oggetto di contemplazione estetica e di desiderio che come soggetto autonomo, dotato di identità ed espressività proprie. Un'ulteriore fonte di ispirazione furono gli influssi del gusto orientalista: atmosfere esotiche e misteriose, suggestioni di paesi lontani e favolistici. La Cina e il Giappone con i loro costumi finemente decorati; l'India, densa di incenso e mistero; il Siam (Thailandia), con fanciulle sensuali di recondito erotismo; il Medio Oriente (Persia, Turchia) dal fascino velato e misterioso; l'Africa dal richiamo primitivo e selvaggio; la Mesoamerica con tessuti e piumaggi colorati; infine, le Hawaii e la Polinesia, popolate da figure femminili di naturale sensualità, discreta, ma seducente. La libertà artistica concessa ai ceramisti permetteva loro di rappresentare spesso scene intime, odalistiche e adolescenti esotiche, esplorandone la nudità e l'atmosfera misteriosa, in un immaginario affine alle raffigurazioni pittoriche proposte un secolo prima da artisti quali Ingres, Delacroix, Gérôme e Alma-Tadema. Buona parte dei figurini ceramici era realizzata in terracotta maiolicata, sia lucida sia opaca, dipinta a mano e formata a colaggio. Le parti nude venivano generalmente trattate con una finitura opaca, mentre capelli, abiti e decorazioni ricevevano una resa lucida. L'uso del colore costituiva uno degli elementi distintivi di questi manufatti: cromie variegata che simulavano preziosi tessuti, pietre rare e inserti dorati evocavano lusso e ricchezza, richiamando bronzi dorati, marmi policromi e finiture avorio, in un cromatismo dal marcato sapore d'Oriente.

(dall'alto) Bigi - Torino (fanciulla che pettina i capelli), h. 24 cm, base 16x17 cm; Bigi - Torino (suonatrice), h. 42 cm, base 21x41 cm; Bigi - Torino - Offerta, h. 28 cm, base 10x20 cm / Bigi - Turin (girl combing her hair), height 24 cm, base 16x17 cm; Bigi - Turin (musician), height 42 cm, base 21x41 cm; Bigi - Turin - Offering, height 28 cm, base 10x20 cm



Gli epigoni della manifattura Lenci

Nella ceramica italiana, a partire dal secondo decennio del secolo scorso, si assistette a una vera e propria rivoluzione tecnica e concettuale. Gli stimoli offerti dai grandi eventi espositivi – concorsi, biennali ed esposizioni internazionali – insieme all'introduzione di tecniche innovative, quali nuovi smalti e l'impiego dell'aerografo, e alla costante ricerca di originali effetti luministici, favorirono un rinnovamento formale che si tradusse nella produzione di nuovi modelli. Torino rappresentò la punta di diamante di questa nuova condotta artistica, divenendo un centro catalizzatore di importanti manifatture ceramiche, tra cui la Lenci costituisce l'esempio più evidente. L'azienda riuscì infatti in breve tempo a ottenere notevoli successi grazie anche alle sue innovative produzioni in terraglia. Sul finire degli anni '30, a Torino e in altre località del Nord Italia, nacquero nuove manifatture, spesso fondate da ceramisti e decoratori "fuoriusciti" dalla Lenci, soprattutto dopo il 1937, quando l'azienda cambiò proprietà.

Tra queste si distingue l'Ars Pulchra, fondata nella città sabauda nel 1935 da Bartolo e Maria Clotilde Camisassa. Inizialmente propose alcuni modelli già introdotti dalla Lenci, riveduti e modificati; successivamente focalizzò la produzione su figurini femminili e infantili, affiancati da soggetti di ispirazione religiosa e folkloristica, rispondendo così alla domanda del pubblico degli anni Trenta. Fino alla Seconda guerra mondiale ottenne ottimi riscontri economici, anche grazie alla presenza di artisti quali Giovanni Masoero e Otto Maraini. Ars Pulchra terminò la produzione nel 1962.

La C.I.A. Manna (Ceramica Italiana Artistica) nacque agli inizi degli anni Trenta per opera di Teresa Manna, ex decoratrice della Lenci. Le sue creazioni comprendevano bambole, modelli femminili, maschere, santini, puttini e bimbi. In alcune produzioni risultano evidenti le somiglianze che accomunano molte manifatture degli "epigoni Lenci", talvolta tali da rendere difficoltosa l'attribuzione in assenza del marchio di fabbrica. Tra i figurini più ricercati si annoverano quelli dal gusto esotico e orientale: fanciulle dai corpi sinuosi, baiadere più o meno vestite con abiti finemente dipinti. Collaborarono con la manifattura artisti quali Lino Berzoini, Emma Pellegrini e Margherita Costantino. Sul finire degli anni Cinquanta la produzione C.I.A. Manna cessò.

La manifattura ceramica Le Bertetti nacque a Torino tra il 1931 e l'anno successivo, fondata da Clelia Bertetti e Piero Ducato. Clelia, dopo gli studi all'Accademia di Belle Arti e il diploma a Firenze, si impiegò alla Lenci nel 1927, lavorando presso Helen König Scavini e divenendo capo del reparto ritocco. Alcuni suoi pezzi furono presentati alla Mostra di Milano del 1929 presso la Galleria Pesaro. Lasciata la Lenci nel 1931, avviò quella diaspora che sottrasse alla casa madre torinese molti tra i migliori collaboratori. I primi modelli, marcati dalle lettere LeB., erano piccoli nudi raffinati ancora vicini allo stile Lenci, ma presto se ne distaccarono. La manifattura produsse opere di grande qualità, eleganza e grazia, spesso realizzate a colaggio: statuine policrome dai delicati volti, talvolta con lineamenti orientali, e abbigliamento dai colori tenui. Nel 1942, con l'inizio della guerra, l'azienda venne ceduta, mentre Clelia Bertetti continuò autonomamente la sua attività di scultrice.

La Bigi di Giovanni Barzizza fu un'altra manifattura epigona della Lenci, fondata a Torino negli anni '30. La produzione era costituita principalmente da terraglie a colaggio, dipinte con smalti lucidi o opachi in toni pastello, raffiguranti figure femminili esotiche e sensuali ispirate all'immaginario orientale. Le pose eleganti e dinamiche, unite a dettagli decorativi quali fiori, gioielli e drappaggi, esaltavano il carattere fortemente ornamentale di queste opere. La manifattura ceramica Liani, nata a Vicenza nel 1949, si avvale della collaborazione di Otello De Maria e Ina Barbieri e dello scultore Gino Tessuto. Il loro apporto permise alla Liani di partecipare alla Fiera di Vicenza del 1949 e di esporre alla Biennale di Venezia del 1950. La produzione, elegante e raffinata, comprendeva maioliche e terraglie a colaggio, che ritraevano fanciulle dagli ampi e svolazzanti abiti con vivaci decorazioni floreali, oppure raffiguravano personaggi in costumi orientali arricchiti da policromie e dorature. La manifattura Liani cessò l'attività nel 1961.

Un ruolo centrale ebbe anche Giovanni Ronzan, nato nei pressi di Bassano del Grappa e chiamato alla Lenci nel 1930 come pittore responsabile della resa cromatica dei modelli. Qui entrò in contatto con artisti quali Berzoini, Cecchetto, Chessa, Sturani e Tosalli, sviluppando le proprie capacità fino a realizzare personalmente alcuni modelli messi in produzione. Tra il 1932 e il 1937 lo raggiunsero a Torino i fratelli Giuseppe e Antonio e la sorella Tina, anch'essi assunti dalla Lenci. Nel 1939 Ronzan si mise in proprio e fondò, con Giovanni Battista Cecchetto e i fratelli, la prima ditta di ceramiche Ronzan. Durante la guerra la fabbrica venne trasferita a Bassano del Grappa; nel 1949 Giovanni rientrò a Torino dando vita a due manifatture differenti. Le ceramiche Ronzan furono tra le più longeve, terminando la produzione solo sul finire del secolo scorso. I soggetti spaziavano da modelli femminili orientalizzanti alle damine settecentesche, dai delicati "nudini" agli animali realistici ed esotici. Lo stile mescolava figurativismo italiano e influenze Art Déco, con proporzioni equilibrate e smalti lucidi o opachi che valorizzavano le superfici, con particolare attenzione ai dettagli.

sotto da sinistra/below from the left: Bigi - Torino (danzatrice), h. 42 cm, base 14x18 cm; Liani - Italia (suonatrice), h. 32 cm, base 16x18 cm; Liani - Italia (fanciulla con ombrellino), h. 38 cm, base 13x15 cm / Bigi - Turin (dancer), height 42 cm, base 14x18 cm; Liani - Italy (musician), height 32 cm, base 16x18 cm; Liani - Italy (girl with parasol), height 38 cm, base 13x15 cm

with the intention of making them affordable for everyone. The result was a series of beautifully crafted products that were widely popular but not affordable for everyone. As a result, to keep up with the competition, the balance sheet often ended up in the red, which explains the limited period (from the 1930s to the 1960s) during which these artefacts remained in production.

Lenci: acrostic of Ludus Est Nobis Constanter Industria

The Lenci factory was founded in Turin in 1919 by Enrico Scavini and his wife, Helen König Scavini, initially for the production of dolls, toys, furniture, and children's furnishings. It also produced a special fabric for tapestries and dolls, known as pannolenci. From 1927 to 1937, the company added a line of small figures and glazed ceramic objects to its traditional production, creating a rich catalogue of decorative sculptures and artefacts that immediately became fashionable among the Italian lower and middle classes. For this production, Scavini and König enlisted the creative collaboration of important artists, ceramists and decorators (Sandro Vacchetti, Gigi Chessa, Mario Sturani, Abele Jacopi, the Grande brothers, Felice Tosalli, but also the owner Helen König Scavini herself), some of whom, as early as the 1930s, became independent and founded

their own ceramic factories. Lenci's sculptures drew inspiration from contemporary fashion magazines and depicted scenes of everyday life and young, captivating, and sometimes mischievous female figures, reflecting the tastes of the era and society. Sporty women, actresses, gallant scenes, dances, rural and mythological themes, fairy tales, grotesque characters, female nudes bordering on the affected and playfully provocative young girls: this constituted the visual repertoire of a community caught between the alternating historical events of the twenty years, and at the same time an indispensable status symbol in Italian salons of the time.

Ceramic figurines: models, inspirations, types

The "Epigoni Lenci" phenomenon was an immediate success. The artists' extreme freedom, not necessarily tied to a single manufacturer, encouraged highly versatile and creative production, contributing to the spread of these ceramic figurines from the 1930s to the end of the 1960s. This was a period of joyful artistic vitality, during which ceramists and decorators drew inspiration mainly from the representation of the female form, more as an object of aesthetic contemplation and desire than as an autonomous subject with its own identity and expressiveness. A further source of inspiration was Orientalist taste:

exotic and mysterious atmospheres, evocations of distant, fairy-tale countries. China and Japan with their finely decorated costumes; India, steeped in incense and mystery; Siam (Thailand), with sensual maidens of hidden eroticism; the Middle East (Persia, Turkey) with its veiled and mysterious charm; Africa with its primitive and wild appeal; Mesoamerica with its colourful fabrics and feathers; and finally, Hawaii and Polynesia, populated by female figures of natural sensuality, discreet but seductive. The artistic freedom granted to ceramists often allowed them to depict intimate scenes, odalisques, and exotic adolescents, exploring their nudity and mysterious atmosphere, in an imagery similar to the pictorial representations proposed a century earlier by artists such as Ingres, Delacroix, Gérôme, and Alma-Tadema. Most of the ceramic figurines were made of glazed terracotta, both glossy and matt, hand-painted and moulded. The naked parts were generally treated with a matt finish, while the hair, clothes and decorations were given a glossy finish. The use of colour was one of the distinctive features of these artefacts: variegated colours simulating precious fabrics, rare stones and gold inserts evoked luxury and wealth, recalling gilded bronzes, polychrome marbles and ivory finishes, in a colour scheme with a marked Oriental flavour.





a sinistra/on the left: Ronzan (al pozzo), h. 41 cm, base 19x21 cm; Ronzan (porta lampada), h. 40 cm, base 15x16 cm / Ronzan (at the well), height 41 cm, base 19x21 cm; Ronzan (lamp holder), height 40 cm, base 15x16 cm

sotto/below: Ronzan (fanciulla con mano tra i capelli), h. 38 cm, base 22x32 cm; Ronzan (fanciulla con brocca), h. 40 cm, base 18x30 cm / Ronzan (girl with her hand in her hair), height 38 cm, base 22x32 cm; Ronzan (girl with jug), height 40 cm, base 18x30 cm

a destra/on the right: (in alto) Ronzan (fanciulla con tamburello), h. 33 cm, base 18x24 cm; Ronzan (odalisca), h. 26 cm, base 13x21 cm; Ronzan (suonatrice), h. 29 cm, base 17x22 cm; (al centro) Ronzan (fanciulla orientale), h. 41 cm, base 28x40 cm; Ronzan (fanciulla sul cuscino), h. 26 cm, base 26x33 cm; G. Tripi (suonatrice), h. 24 cm, base 19x26 cm; (in basso) Tizianesca (danzatrice), h. 31 cm, base 14x19 cm / (top) Ronzan (girl with tambourine), height 33 cm, base 18x24 cm; Ronzan (odalisque), height 26 cm, base 13x21 cm; Ronzan (musician), height 29 cm, base 17x22 cm; (centre) Ronzan (oriental maiden), height 41 cm, base 28x40 cm; Ronzan (maiden on cushion), height 26 cm, base 26x33 cm; G. Tripi (musician), height 24 cm, base 19x26 cm; (below) Tizianesque (dancer), height 31 cm, base 14x19 cm

The followers of Lenci

In Italian ceramics, starting in the second decade of the last century, there was a real technical and conceptual revolution. The stimuli offered by major exhibitions – competitions, biennials and international exhibitions – together with the introduction of innovative techniques, such as new glazes and airbrushing, and the constant search for original lighting effects, encouraged a formal renewal that led to the production of new models. Turin was at the forefront of this new artistic movement, becoming a catalyst for important ceramic manufacturers, of which Lenci is the most obvious example. The company quickly achieved considerable success thanks to its innovative earthenware products. At the end of the 1930s, new manufacturers sprang up in Turin and other locations in northern Italy, often founded by





ceramists and decorators who had left Lenci, especially after 1937, when the company changed ownership.

Among these, *Ars Pulchra* stands out, founded in Turin in 1935 by Bartolo and Maria Clotilde Camisassa. Initially, it offered some models already introduced by Lenci, revised and modified; subsequently, it focused its production on female and child figurines, accompanied by religious and folkloric subjects, thereby responding to public demand in the 1930s. Until the Second World War, it achieved excellent economic results, thanks in part to the presence of artists such as Giovanni Masoero and Otto Maraini. *Ars Pulchra* ceased production in 1962.

C.I.A. Manna (*Ceramica Italiana Artistica*) was founded in the early 1930s by Teresa Manna, a former decorator at Lenci. Her creations included dolls, female models, masks, holy cards, cherubs and children. In some productions, the similarities between many of the "Lenci followers" are evident, sometimes making attribution difficult in the absence of a trademark. Among



the most sought-after figurines are those with an exotic, oriental flavour: girls with sinuous bodies, *baiadere*, more or less dressed in finely painted clothes. Artists such as Lino Berzoini, Emma Pellegrini and Margherita Costantino collaborated with the manufacturer. At the end of the 1950s, C.I.A. Manna ceased production.

The Le Bertetti ceramics factory was founded in Turin between 1931 and 1932 by Clelia Bertetti and Piero Ducato. After studying at the Academy of Fine Arts in Florence and graduating, Clelia joined Lenci in 1927, working with Helen König Scavini and later becoming head of the retouching department. Some of her pieces were presented at the 1929 Milan Exhibition at the Galleria Pesaro. After leaving Lenci in 1931, she started a diaspora that took many of the best collaborators away from the Turin-based parent company. The first models, marked with the letters LeB., were small, refined nudes still close to the Lenci style, but they soon broke away from it. The factory produced works of great quality, elegance and grace, often cast in polychrome:

delicate-faced figurines, sometimes with oriental features, dressed in soft colours. In 1942, with the outbreak of war, the company was sold, while Clelia Bertetti continued her work as a sculptor independently.

Giovanni Barzizza's Bigi was another manufacturer that followed in Lenci's footsteps, founded in Turin in the 1930s. Its production consisted mainly of cast earthenware, painted with glossy or matt enamels in pastel shades, depicting exotic and sensual female figures inspired by Oriental imagery. The elegant and dynamic poses, combined with decorative details such as flowers, jewellery and drapery, enhanced the highly ornamental character of these works. The Liani ceramics factory, founded in Vicenza in 1949, collaborated with Otello De Maria, Ina Barbieri and sculptor Gino Tessuto. Their contribution enabled Liani to participate in the 1949 Vicenza Fair and exhibit at the 1950 Venice Biennale. The elegant and refined production included majolica and earthenware, depicting young girls in wide, flowing dresses adorned with bright floral decorations, or characters in oriental costumes richly polychrome and gilded. The Liani factory ceased production in 1961.

Giovanni Ronzan, born near Bassano del Grappa and hired by Lenci in 1930 as a painter responsible for the colour rendering of the models, also played a central role. Here he came into contact with artists such as Berzoini, Cecchetto, Chessa, Sturani and Tosalli, developing his skills to the point of personally creating some models that went into production. Between 1932 and 1937, he was joined in Turin by his brothers Giuseppe and Antonio and his sister Tina, whom Lenci also hired. In 1939, Ronzan set up his own business and founded the first Ronzan ceramics company with Giovanni Battista Cecchetto and his broth-

ers. During the war, the factory was moved to Bassano del Grappa; in 1949, Giovanni returned to Turin and set up two different factories. Ronzan ceramics were among the longest-lived, with production only ceasing at the end of the last century. The subjects ranged from oriental-style female models to 18th-century ladies, from delicate "nudini" to realistic and exotic animals. The style mixed Italian figurativism and Art Deco influences, with balanced proportions and glossy or matt glazes that enhanced the surfaces, with particular attention to detail.

The figurines signed G. Tripi, a manufacturer based in Milan, show a clear figurative and decorative vocation typical of mid-twentieth-century Italian ceramics: exotic figures modelled with soft shapes and elegant poses, hand-painted with polychrome glazes and floral or geometric motifs.

Finally, the Tizianesca factory of E. and L. Visentini, based in Treviso and active since the 1940s, produced vases, plates and female figurines in majolica or moulded ceramics, finely hand-painted in bright colours and adorned with decorations inspired by oriental and exotic iconography. The works have a strongly figurative and decorative style, typical of Venetian craftsmanship, with

glossy glazed surfaces and accurate details in the faces and fabrics.

Conclusions

It is undeniable that the ceramics discussed here, from their appearance around 1930 until the 1960s, enjoyed considerable success: proof of this is the numerous manufacturers that sprang up during those decades, active in the decorative ceramics sector. In the homes of the urban bourgeoisie, these figurines were often common decorative elements in the living room or dining room, depicting a sensual, scantily clad Asian girl. A beautiful object, full of charm, with a touch of eroticism, but essentially completely useless. These pretty figurines were, after all, a status symbol: a sign, a symbolic sign of social status, as if to say: "we have what is necessary and useful; what you see is superfluous, a whim and, perhaps, a vice". This precious production of small masterpieces reveals an artistic capital of great value, which, in the artisanal blending of various styles, represents a last "resistance" of ceramics to the rampant production of plastic. Industrially moulded objects were now replacing cast ceramics, forcing the latter to focus on the artefact's aesthetics, with proposals of undisputed artistic value, in a continuous, nostalgic back-and-forth between modernity and history. However, even today, these objects, suspended between the sublime and the kitsch, between folklore and the exotic, exert a hypnotic charm: a passion, a falling in love, a physical attraction to the artefact, a particularly intense form of aesthetic attraction.





a sinistra/on the left: G. Tripi (acquaiola), h. 39 cm, base 22x30 cm; Tizianesca - Sadya, h. 55 cm, base 18x24 cm; C.I.A. Manna Torino (offerta), h. 23 cm, base 16x23 cm / G. Tripi (water carrier), height 39 cm, base 22x30 cm; Tizianesca - Sadya, height 55 cm, base 18x24 cm; C.I.A. Manna Torino (donation), height 23 cm, base 16x23 cm

in alto/above: C.I.A. Manna Torino (fanciulla balinese), h. 31 cm, base 17x21 cm; Ronzan (fanciulla messicana), h. 24 cm, base 22x41 cm / C.I.A. Manna Torino (Balinese girl), height 31 cm, base 17x21 cm; Ronzan (Mexican girl), height 24 cm, base 22x41 cm

Le statuine firmate G. Tripi, manifattura con sede a Milano, mostrano una chiara vocazione figurativa e decorativa tipica della ceramica italiana di metà Novecento: figure esotiche modellate con forme morbide e pose eleganti, dipinte a mano con smalti policromi e motivi floreali o geometrici.

Infine, la manifattura Tizianesca di E. e L. Visentini, con sede a Treviso e attiva dagli anni '40, produsse vasi, piatti e statuette femminili in maiolica o ceramica a stampo, finemente dipinte a mano con colori vivaci e decori ispirati all'iconografia orientale ed esotica. Le opere presentano un gusto fortemente figurativo e decorativo, tipico delle produzioni artigianali venete, con superfici smaltate lucide e accurati dettagli nei volti e nei tessuti.

Conclusioni

È innegabile che le ceramiche sin qui trattate, fin dal momento della loro comparsa intorno al 1930 e sino agli anni Sessanta del secolo scorso, riscossero un successo tutt'altro che irrilevante: ne sono prova le numerose manifatture sorte in quei decenni, attive nel settore della ceramica decorativa. Nelle abitazioni della borghesia urbana tali statuine costituivano spesso un elemento decorativo diffuso in salotto o nel tinello di casa una statuina raffigurante qualche fanciulla orientale, sensuale e appena velata. Un oggetto bello, carico di fascino, con un pizzico di erotismo, ma sostanzialmente del tutto inutile. Queste graziose statuine, in fondo, erano uno status symbol: un segnale, un segnale simbolico di status sociale, quasi a voler dire: "il necessario e l'utile noi lo possediamo; ciò che vedete è il superfluo, uno sfizio e, forse, un vizio". Da questa preziosa produzione di piccoli capolavori emerge un capitale artistico di grande valore che, nel rimescolamento artigianale di vari stilemi, rappresenta un'ultima "resistenza" della ceramica alla dilagante produzione in plastica. Gli oggetti realizzati tramite stampaggio industriale stavano ormai sostituendo la ceramica a colaggio, costringendo quest'ultima a un estremo tentativo di concentrazione sull'estetica del manufatto, con proposte di indiscusso valore artistico, in un continuo andirivieni nostalgico tra modernità e storia. Ma tuttavia, ancora oggi, questi oggetti esercitano - sospesi tra il sublime e il kitsch, tra il folklore e l'esotico - un fascino ipnotico: una passione, un innamoramento, un'attrazione fisica verso il manufatto, una forma di attrazione estetica particolarmente intensa.

NOTE

Delle numerose manifatture post-Lenci ne abbiamo trattato una minima parte, consapevoli di averne tralasciato anche di importanti, come ad esempio TREAAA, ESSEVI (Sandro Vacchetti), Keramos, Vi.Bi, O.R.M.A.C., B.I.O., Zaccagnini e altre ancora. / We have covered only a small portion of the numerous post-Lenci manufacturers, aware that we have omitted some important ones, such as TREAAA, ESSEVI (Sandro Vacchetti), Keramos, Vi.Bi, O.R.M.A.C., B.I.O., Zaccagnini and others.

Ceramiche dalla collezione privata dell'Autore. / Ceramics from the author's private collection.

Foto di/Photo by Stéphane Giraudeau

References

- Casali, C. (Ed.). (2017). Ceramica Déco. Il gusto di un'epoca. Silvana Editoriale.
- Gargiulo, M. G. (2000). Ars Pulchra 1935-1962. Ceramiche italiane del Novecento (M. G. Gargiulo, Ed.). Pacini Editore.
- Gargiulo, M. G. (2005). Sandro Vacchetti e la Essevi. Ceramiche del Novecento italiano (M. G. Gargiulo, Ed.). Paparo Edizioni.
- Gargiulo, M. G. (2014). La ceramica del '900 a Torino. Gli epigoni della manifattura Lenci. Edizioni Fioranna.
- Neglia, E. (Ed.). (1982). Mostra della ceramica italiana 1920-1940. Promark.
- Rosso, M. F. (1983). Per virtù del fuoco. Uomini e ceramiche del Novecento italiano. Tipografia Valdostana.
- Terraroli, V. (Ed.). (2017). Art Déco. Gli anni ruggenti in Italia. Silvana Editoriale.
- Terraroli, V., & Casali, C. (2018). Lenci. Le ceramiche della collezione Giuseppe e Gabriella Ferrero. Silvana Editoriale.
- Terraroli, V., & Pagella, E. (2010). Lenci. Sculture in ceramica 1927-1937. Allemandi.