



## La Fondazione Magnani-Rocca custodisce una delle più importanti collezioni d'arte di origine privata al mondo

La Villa dei Capolavori, a Mamiano di Traversetolo, espone capolavori di Monet, Renoir, Cézanne, Goya, Tiziano, Dürer, de Chirico, Rubens, Van Dyck, Lippi, Carpaccio, Burri, Tiepolo, Canova e la più ampia raccolta di Morandi. Immersa nella campagna di Parma, la Villa conserva il fascino degli ospiti illustri che l'hanno frequentata, circondata dal Parco Romantico, recentemente restaurato grazie ai fondi del PNRR. Sotto i suoi alberi monumentali hanno passeggiato Morandi, Montale, Ungaretti, Calvino e la principessa Margaret d'Inghilterra. Il Parco è un unicum per la sua eccezionale stratificazione: tre secoli di stili – all'italiana, all'inglese e contemporaneo – convivono in armonia. La novità più sorprendente è il Giardino Contemporaneo, ispirato al "New Perennial Movement", che da marzo a novembre si trasforma in una tela vivente di colori e forme mutevoli. Un'esperienza che intreccia arte, natura e memoria culturale, cornice ideale alla Villa dei Capolavori.

Sul fronte: Ph. Oliviero Toscani, Fiorucci, 1976-1977

### FONDAZIONE MAGNANI-ROCCA

via Fondazione Magnani-Rocca 4  
43029 Mamiano di Traversetolo (Parma)  
Tel. 0521 848327 / 848148  
info@magnanirocca.it www.magnanirocca.it

### ORARI E APERTURA

Dal martedì al venerdì continuato 10-18 (la biglietteria chiude alle 17). Sabato, domenica e festivi continuato 10-19 (la biglietteria chiude alle 18). Lunedì chiuso. Aperto anche 1° novembre e lunedì 8 dicembre in quanto festivo. La mostra resterà aperta fino al 14 dicembre 2025.

### INGRESSO

€ 15 Intero (comprende le Raccolte permanenti e il Parco Romantico)  
€ 13 per gruppi di almeno quindici persone  
€ 5 Ridotto per studenti in visita d'istruzione e under 14  
Il biglietto comprende anche la visita libera agli Armadi Segreti della Villa. Per meno di quindici persone non occorre prenotare, i biglietti si acquistano esclusivamente all'arrivo alla Fondazione. Il sabato ore 16.00 e la domenica e festivi ore 11.30, 15.30, 16.30, visita alla mostra "MODA E PUBBLICITÀ in Italia" con guida specializzata; è consigliato prenotare a prenotazioni@magnanirocca.it, oppure presentarsi all'ingresso del museo fino a esaurimento posti; costo € 20 ingresso e guida. Presentando il biglietto d'ingresso della Fondazione è possibile visitare lo CSAC a prezzo scontato su appuntamento.

### COME ARRIVARE

Da Parma (circa 17 km) In autobus, nei giorni feriali linea 12 di TEP per Traversetolo con partenza dalla stazione ferroviaria – fermata EST Viale Borsellino (servizio informazioni 840 222222 / www.tep.pr.it) biglietto a tariffa ordinaria; nei giorni festivi una corsa dedicata con partenza dalla stazione ore 14.30 (ritorno ore 18). Il prezzo del biglietto per ciascuna corsa è di € 2,10 (2 zone) acquistabile anche in vettura con maggiorazione ad €3,50.  
In auto, direzione Traversetolo seguendo le indicazioni per Basilicanova e Mamiano.  
Da Bologna Uscita autostradale Terre di Canossa direzione Montecchio Emilia, Traversetolo – Mamiano.  
Da Milano Parma centro direzione Traversetolo – Mamiano oppure Parma ovest direzione Collecchio – Sala Baganza – Felino – Mamiano.

### RISTORANTE E CAFFETTERIA

Specialità di Parma nella corte del Museo (anche per gruppi).  
Tel. 0521 1627509 whatsapp 393 7685543 email marco@bstro.it

### UFFICIO STAMPA

Studio Esseci  
www.studioesseci.net

### CATALOGO

DARIO CIMORELLI EDITORE

### MOSTRA E CATALOGO

A cura di

Dario Cimorelli, Eugenia Paulicelli, Stefano Roffi.  
In catalogo saggi di Silvia Casagrande, Emmanuel Grossi, Eugenia Paulicelli, Chiara Pompa, Emanuela Scarpellini.

La mostra è realizzata in collaborazione con



con il contributo di

**PINKO**

Media partner: Gazzetta di Parma, Kreativehouse  
Con la collaborazione di: AXA XL Insurance e AON S.p.a., Angeli Cornici, Bstrò, Cavazzoni Associati, Società per la Mobilità e il Trasporto Pubblico



# MODA

## e Pubblicità in Italia 1950 - 2000

13 settembre  
14 dicembre 2025

Fondazione Magnani-Rocca  
Mamiano di Traversetolo  
Parma

**Magnani Rocca**  
FONDAZIONE

## Chi non c'era, oggi li desidera come fossero leggenda. Chi li ha vissuti lo sa: gli anni '50, '60, '70, '80, '90 non erano solo moda, erano vita vera.

Era l'epoca dei sogni stampati sui rotocalchi, delle provocazioni di Oliviero Toscani. Dei jeans scoloriti, delle luci al neon e delle cassette nello stereo. Ogni immagine era un'icona. Ogni gesto, un mito. Le vetrine illuminate, gli spot in tv, i manifesti che coloravano le strade. Una canzone alla radio, tutto era nuovo. Tutto era possibile.

La Fondazione Magnani-Rocca – con una grande mostra allestita dal 13 settembre al 14 dicembre 2025 nella celebre Villa dei Capolavori a Mamiano di Traversetolo – presenta l'evoluzione pubblicitaria della moda in Italia nel corso della seconda metà del Novecento. Più di trecento opere – tra manifesti, riviste, spot, fotografie, cinema, video, gadget e persino le mitiche figurine Fiorucci – in un percorso inedito che attraversa mezzo secolo di trasformazioni dell'immaginario collettivo, con uno sguardo filologico e insieme poetico sulla storia della moda e della sua comunicazione. Dal 1950 al 2000 lo stile italiano si lancia nel mondo. Armani, Benetton, Dolce & Gabbana, Emilio Pucci, Valentino, Fiorucci, Gianfranco Ferré, Gucci, Max Mara, Moschino, Salvatore Ferragamo,



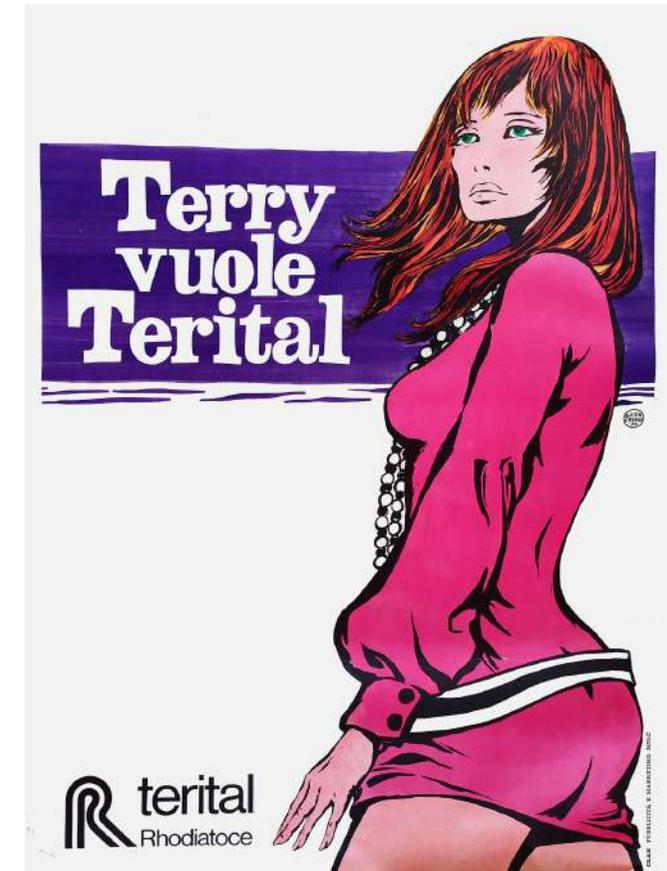
Gian Paolo Barbieri, Alberta Tiburzi in Valentino, 1968  
© Giada Stefania Barbieri. Courtesy Fondazione Gian Paolo Barbieri ETS



Missoni, Versace, Coveri, Zegna, Diesel ne sono i protagonisti principali. Gli anni Ottanta e Novanta vedono l'indiscusso successo mondiale del brand "Made in Italy". Gli scatti dei grandi maestri della fotografia di moda – Gian Paolo Barbieri, Giovanni Gastel, Alfa Castaldi, Ugo Mulas - e le illustrazioni di René Gruau, Sepo, Erberto Carboni, Franco Grignani, Guido Crepax, Antonio Lopez, Lora Lamm, oltre al lavoro particolarissimo e destabilizzante di Oliviero Toscani, restituiscono un'estetica che è insieme racconto pubblicitario e ritratto di un'epoca. La moda si conferma una macchina di comunicazione potentissima e si definisce sempre più come linguaggio e performance del corpo. La mostra racconta come la moda e la pubblicità, insieme, abbiano saputo attraversare i cambiamenti economici, sociali e culturali

Giovanni Gastel, 4 colori almeno!, copertina per rivista 'Donna' marzo 1982  
Archivio Giovanni Gastel

del nostro paese a generarne i miti, gli stereotipi, la creatività, i desideri. L'Italia entra nel secondo dopoguerra timidamente, osservando il dinamismo pubblicitario americano ma restando ancorata a un sistema artigianale; proprio questa lentezza rafforza una forma di 'italianità pubblicitaria', un gusto visivo e narrativo che unisce memoria, ironia e affabulazione. La vera svolta arriva con le televisioni private, il colore in tv, la disgregazione dei modelli unici: la pubblicità diventa un linguaggio pop, potente, invasivo. È una nuova forma d'arte visiva, e la moda il suo laboratorio più vibrante. Un'importante sezione della mostra, grazie all'Archivio Generale Audiovisivo della Pubblicità Italiana, viene dedicata proprio alla visione di alcuni degli spot televisivi più iconici di quegli anni, entrati a far parte dell'immaginario collettivo.



Guido Crepax, Terry vuole Terital, 1970 ca  
© Guido Crepax e Archivio Crepax