

Il mondo di Marcello Dudovich nella Collezione Galati

Un breve saggio sull'esperienza artistica di Marcello Dudovich raccontata con la passione di un collezionista che da anni si dedica allo studio dell'artista triestino.

È opinione dell'autore che la modernità insita nel lavoro di Marcello Dudovich e la sua straordinaria testimonianza artistica, rappresentino per la città di Crema, che ospita questa nutrita collezione di opere e di documenti dell'artista, uno stimolo ed un'opportunità per approfondire il fascino di un autore di grande notorietà e fama.

Un'artista che seppe esprimere con maestria il suo talento come cartellonista senza dimenticare, al contempo, di essere un pittore vero.

“Qualche giorno fa mi è capitata fra le mani una vecchia edizione di Cappiello e sfogliandola ho avuto la sensazione di trovarmi davanti all'opera di un rivoluzionario.

Mentre la pittura tende all'astrattismo, il cartello da noi torna alla oleografia. I muri sono coperti in gran parte da banalità fotografiche di tipo americano dove non esiste né gusto né invenzione né trovata.

Questo fenomeno unico in Europa si verifica nel Paese che ha in ogni campo la più alta tradizione artistica, che ha dato alle arti plastiche più geni che tutto il resto del mondo messo insieme, in un paese in cui il pubblico conserva, malgrado tutto, un sicuro intuito, tant'è vero che non porta cravatte americane ma gremisce le mostre del Caravaggio e di Van Gogh. Quindi la responsabilità risale a quelli che fanno la pubblicità e che bocciano le trovate con la scusa che il pubblico non le capirebbe. Sono loro che non le capiscono.

Basta uscire dalla nostra magnifica Repubblica per rendersi conto oltre che della dignità e serietà con cui sono trattati i manifesti, del fatto che ogni paese civile ha una sua pubblicità inconfondibile originale e che non ha subito nessuna influenza americana.

Arrivato al traguardo penso con nostalgia ai tempi meno vertiginosi in cui l'uscita di un nuovo manifesto era un avvenimento e non esisteva la fotografia a colori e le grandi società anonime non avevano ancora stabilito che una sola categoria di persone deve lavorare gratis: quella dei cartellonisti. Su questi argomenti potrei scrivere volumi, ma preferisco cambiar tema e parlare brevemente di me, brevemente perché la mia storia è già nota a quelli del mestiere.

A quindici anni venni da Trieste a Milano ed ebbi la fortuna di entrare subito come garzone nello studio di Metlicovitz che era il capo del reparto riproduzione delle Officine Ricordi.

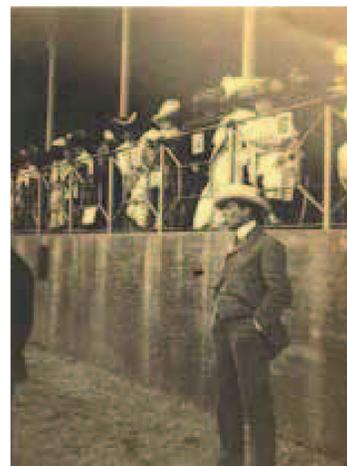
In quei tempi Giulio Ricordi, indimenticabile mecenate, gran signore, uomo di gusto e di cultura, aveva radunato i maggiori cartellonisti del tempo remunerandoli largamente per dar decoro alle famose officine dove si stampavano manifesti di Villa, Cappiello, Mataloni, Metlicovitz, Hohenstein. Hohenstein era come un nume, Metlicovitz era il mago dei riproduttori.

Vivendo in quell'ambiente mi nacque la passione del cartellone dopo un duro tirocinio, culminato con la vittoria del Premio Borsalino, mi trasferii a Bologna da Chappuis dove ebbi discreta fortuna. Di là passai a Monaco chiamato dal “Simplicissimus” come collaboratore fisso e ci sarei ancora se non fosse scoppiata la prima Guerra Mondiale. Fra la fine di quella e lo scoppio della seconda, ho lavorato con Steffenini e Igap e considero quello il periodo più felice e conclusivo della mia lunga fatica.

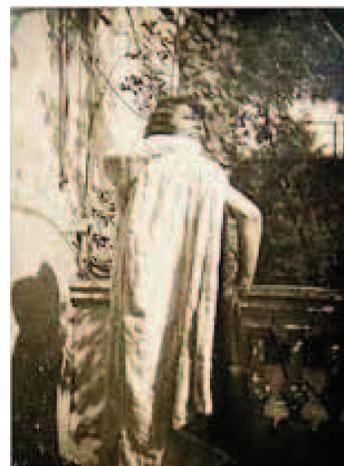
Poi ancora la guerra: interruzione di anni, disorientamento di gusti, trionfo degli improvvisati di tutti i settori.

Da un anno Igap, Steffenini, Dudovich hanno ripreso a lavorare insieme. Avran-

Dudovich all'ippodromo.
Rara e gustosa foto di Dudovich databile intorno al 1910.



Una carrellata di modelle fotografate dallo stesso artista.
Anni '10 e '20.



no fortuna?”

Scrivere così nel Supplemento al numero 9 de “L'Ufficio Moderno” *La Pubblicità* nel 1953 Marcello Dudovich e non sapeva che la vita gli avrebbe concesso ancora poco meno di dieci anni prima di risolvere la sua fortunata e intensa avventura professionale.

Tra le righe si coglie immediatamente un sentimento di nostalgia e di perdita, insoliti per Dudovich conosciuto e descritto dai più come un signore di belle maniere, sempre sorridente ed allegro.

Indubbiamente il triestino, conosciuto in tutto il mondo come il più grande cartellonista italiano, si accorse già negli Anni '30 che il mondo del cartellonismo stava mutando e che lui stesso, che per anni ne era stato il maestro, punto di riferimento di un'arte nuova, moderna, priva di legami con il passato e di modelli, stava avviandosi verso un lento ma inesorabile crepuscolo che con la fine degli Anni '50 avrebbe sancito la fine della “pubblicità artistica”.

A sostenere la coloritura amara delle righe contribuiva non da meno la consapevolezza che il “bel mondo”, quel mondo che aveva descritto e frequentato, sin dagli esordi a Milano, a Bologna, a Monaco e poi in giro per l'Europa come cronista e disegnatore di *Simplicissimus*, era irrimediabilmente finito portandosi con sé i sogni e le palpitazioni della sua giovinezza.

Ma Dudovich non fu solo un grande cartellonista. Egli fu pittore vero, severo e geniale, illustratore raffinato e arguto, decoratore apprezzato e attento, fu soprattutto un uomo di gusto e di talento, un comunicatore che sprigionava una carica

Dudovich non lavorava “a memoria” ma prediligeva fotografare i vari soggetti che fungevano da modello per le sue opere. La moglie Elisa Buc-



chi, la figlia Adriana e la nipote Nives furono le sue modelle più rappresentate e talvolta ben riconoscibili nelle sue realizzazioni. Tuttavia numerose amiche e



conoscenti, talora famose come la brava attrice Maria Melato, servirono alla causa.



di irresistibile umanità e simpatia.

Scrive Ettore Santangelo nel 1936 “E Dudovich, il mio buon Marcello? Nulla di più simpatico. È l'artista che ride. Ma risate di cuore, squillanti, squassanti, che non cedono per sonorità al suo parlare rapido e squisitamente veneto. Non ha mai preso niente sul serio, e tanto meno la vita, che pure gli ha fatto qualche tiro perfido. Ma egli, anziché sputarla, le ha riso sempre in faccia, al solito, di tutto cuore. Marcello (lo chiamo anch'io così, sempre, in omaggio alla nostra vecchia amicizia), è alto, snello, calvo, occhialuto e con un viso che alcuni hanno paragonato perfino ad un teschio, ma sarà sempre un caro ragazzo da mangiare a baci per la sua gaia schiettezza che gli fa perdonare qualunque birbonata, e per la rara bontà d'animo sulla quale chiunque è in grado di raccontare a dozzine fior di prodigi” (Giocondità, Editrice Tavecchi).

Era nato nel 1878 a Trieste dove, scoperta presto la propria inclinazione al disegno, trascorse l'infanzia e l'adolescenza, venendo in contatto con gli ambienti artistici e respirando quell'atmosfera mitteleuropea ed austro-ungarica che rendeva irripetibile per contenuti culturali, sociali ed ambientali la vita della sua città¹, e di cui certamente risentì la sua formazione. Un viaggio a Monaco di Baviera, di cui non conosciamo tuttavia né la data precisa né la durata, deve aver esercitato indubbie suggestioni sul giovanissimo artista che vi fa la conoscenza di Franz von Stuck fondatore, nel 1893, della “Secessione”, movimento destinato ad influenza-

1 Cfr. L. MENEGAZZI, *Manifesti Salce*, Venezia 1974, pag 43.

re per qualche decennio l'arte decorativa, non solo della Germania. I cartelloni di Dudovich giovane, dal realismo plastico e dal chiaroscuro a zone piatte, sembrano risentire nei nudi allegorici degli esordi di un tale influsso (manifesti per la "Federazione Italiana Inchiostri" 1900, per l'"Esposizione di Lodi" 1901, per la "Città di Bologna", 1901).

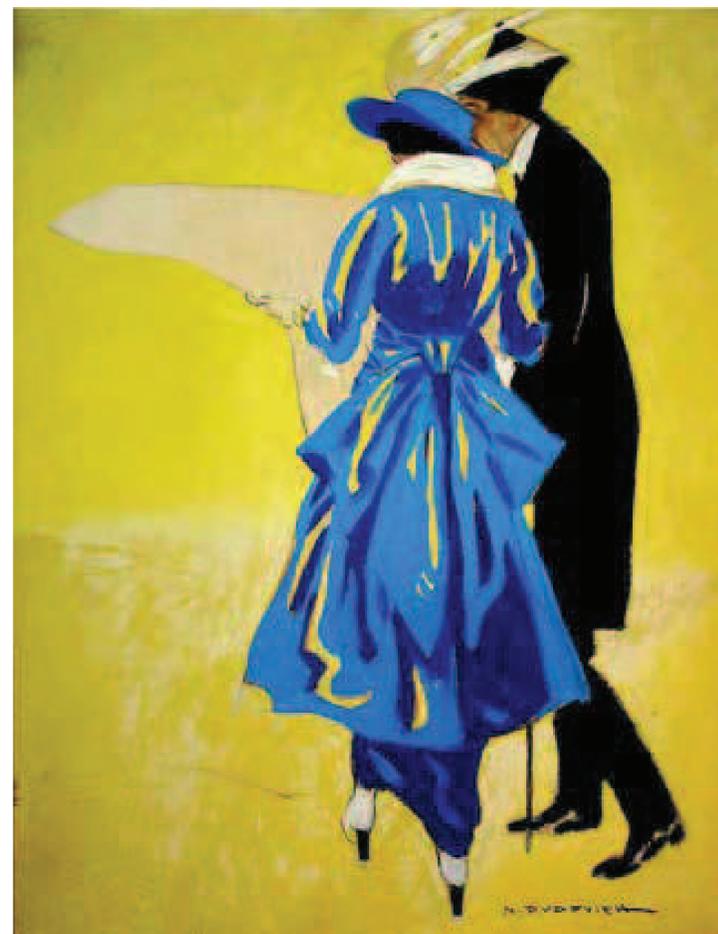
Di fatto il primo periodo dell'artista coincide con il fiorire dell'Art Nouveau in Italia dove, mentre nelle altre manifestazioni artistiche, e in specie nell'architettura, le forme nuove stentano ad imporsi tra lo scetticismo dei più, gli esempi del "nuovo stile" nel campo grafico vengono accolti, in complesso, con simpatia. Come scrive Rossana Bossaglia nel suo articolo "La grafica italiana del Liberty": "Le ragioni del rapido adeguamento del pubblico al nuovo stile in sede grafica, specie pubblicitaria, contro alla pervicace avversione che allo stesso stile si riservava se adottato in sede diversa, sono molte e anche sottili. Il fatto potrebbe essere testimonianza della destinazione grafica dell'Art Nouveau, del suo senso vero in quell'ambito preciso; potrebbe anche indicare che il pubblico tollerava o gradiva il nuovo stile in quanto amabile bizzarria, divertente, ma destinata presto a cadere; e rifuggiva quindi dal vedere mummificata la palpitante fluidità delle idee moderne nella durevolezza e nella monumentalità dell'architettura. Ma dice come sempre come alla novità si opponga il pregiudizio fondato sull'abitudine; l'educazione visiva del pubblico era classicheggiante e veristica; gli schemi turbolenti e fantasiosi del nuovo stile parevano delitti di lesa serietà, diciamo meglio, di lesa verità. Mentre la grafica, nel senso che aveva assunto alla fine dell'Ottocento, con quella diffusione e con l'essere applicata all'illustrazione del libro e del giornale, e specialmente la grafica pubblicitaria, non avevano, press'a poco storia: l'occhio non si era impigrito a contemplare vecchi modelli, era quindi disponibile a ricevere il bello e l'espressivo sotto la nuova forma"².

Grande importanza ebbero, per quanto riguarda lo sviluppo e la diffusione del manifesto in Italia, le case editrici, ed in tal senso si distinse l'affermazione delle Officine Grafiche Ricordi di Milano.

Alla Ricordi cominciarono a convergere, verso il 1889, i maggiori artisti del nascente cartellonismo italiano: Mataloni, Hohenstein (a cui venne affidato l'incarico di direttore artistico), Villa, Laskoff, Metlicovitz. Fu appunto Metlicovitz, amico di famiglia e suo concittadino, a chiamare Marcello Dudovich a Milano nel 1897, come aiuto disegnatore tipografo alle Officine Ricordi.

Il primo incarico di Dudovich consisteva nel riportare sulla pietra, per la trasposizione litografica, i disegni dei più famosi cartellonisti di casa Ricordi. In pochi mesi, sotto la guida di Metlicovitz e di Hohenstein, la cui duplice influenza risulterà evidente per lungo tempo nella sua opera, egli passa nella schiera dei creatori

2 Cfr. R. BOSSAGLIA, *Grafica italiana del Liberty*, in "Critica d'arte", n. 90, 1967, pag. 27.



Bozzetto dal titolo *Il giornale* realizzato per Officine Giulio Ricordi, 1910 ca. Opera a tempera su cartone per manifesto non identificato.

di manifesti, imprimendovi una sua spiccata personalità e ottenendo risultati così lusinghieri che, circa un anno dopo, l'audace litografo francese Chappuis, che si era stabilito a Bologna, lo convinse, con allettanti proposte, a lasciare la Ricordi e a lavorare con lui.

Passare a lavorare in quella che Dudovich chiamava "l'Officina dei sogni" di Chappuis dopo essere stato nella modernissima litografia Ricordi, poteva considerarsi un salto indietro, ma segnò invece l'inizio di uno dei più fortunati e felici periodi della carriera dell'artista, che vedrà la sua affermazione e il riconoscimento del suo valore sia da parte della critica che del pubblico.

Negli anni tra il 1899 e il 1905 Dudovich crea, sempre per Chappuis, manifesti divenuti famosi quali quelli per la "Fedora" al teatro Verdi di Padova (1899), per la "Neues Koenigliches Operhaus in Berlin" (1899), per il "Trionfo della moda" (1900), per il "Convegno Turistico di Bologna" (1899), per la "Fiera del Santo di Padova" (1899), per "Chiozza e Turchi" (1900), per le "Compresses Gasal" (1905), in cui sono evidenti, pur in misura diversa in ognuno, gli influssi del

Distesa sul letto, 1932 ca.
 La poltrona rosa, 1940 ca.
 Le pantofole rosse, 1934 ca.
 L'abito bianco, 1940 ca.
 Opere a tempera su carta, non realizzate per



committenza commerciale.
 La tematica del femminile è stata centrale
 nell'esperienza artistica di Marcello Dudovich
 Non soltanto nella realizzazione delle affichés
 ma anche nel disegno libero o nei dipinti.



Liberty internazionale, mediati attraverso Hohenstein e Metlicovitz, ma personalizzati e interpretati in forma originale da un grande talento inventivo.

Nel 1900 Dudovich ottiene la medaglia d'oro all'Esposizione di Parigi. Sempre nel 1900 inizia, con la collaborazione a "Italia ride", rivista pubblicata a Bologna per soli sei mesi, la sua attività di illustratore di riviste che si intensificherà negli anni successivi affiancando quella di cartellonista. Alla fine del 1905 Dudovich lascia Bologna e passa a lavorare a Genova per Armanino, presso il quale si trattiene solo pochi mesi: è di questo periodo il bel manifesto "Rapid - Nuovi inchiostri da scrivere sopraffini", l'unico noto del soggiorno genovese, dall'impostazione semplificata e tutto giocato sulla contrapposizione cromatica che gli conferisce grande forza di impatto visivo.

Da Genova, nel 1906, Dudovich torna a Milano da Ricordi, con uno stipendio mensile di 710 lire e un contratto di esclusiva assai restrittivo. Vince il concorso per il manifesto celebrativo del traforo del Sempione, ma il cartellone non viene stampato.

Da Ricordi, tra il 1906 e il 1915, l'artista crea una serie di manifesti tra i più interessanti della sua produzione, per la casa di moda "Mele" di Napoli. L'accordo intercorso tra le Officine Ricordi e i Magazzini Mele dà, da un lato, impulso alla produzione e seleziona modi e schemi grafici, dall'altro documenta e illustra la vicenda mutevole della moda che, per l'affermarsi della produzione in serie, e per l'accesso di una parte sempre più numerosa della popolazione alla condizione borghese, riveste ormai un interesse che la affianca ad altri prodotti dell'industria, allo spettacolo lirico e allo sport, come occasione e soggetto della pubblicità murale.

I manifesti per Mele testimoniano l'evoluzione dell'arte cartellonistica di Dudovich che "attraverso la progressiva eliminazione di ogni ridondanza, la messa al bando dei chiaroscuri e la rinuncia alle chincaglierie decorative del primo Liberty, perviene al manifesto-sintesi, che trova la propria essenza nell'amistà delle larghe stesure cromatiche, nella forma semplificata al massimo, nella conquistata bidimensionalità"³.

È la figura, particolarmente quella femminile, quasi sempre la principale protagonista dei manifesti di Dudovich, e tale resterà per tutto il percorso artistico del triestino.

I critici, in proposito, hanno consumato fiumi di inchiostro sottolineando la predilezione di Dudovich nei confronti dei soggetti femminili ("pittore delle donnine", "pittore della femminilità", sono comuni etichette con cui è noto l'artista triestino), amati più di ogni altro nella reclame, ma anche nella pittura, nell'illustrazione e nella vita in genere e divenute icone della storia del cambiamento, nel

3 Cfr. R. CURCI, *Marcello Dudovich*, Trieste 1976, pag. 26.

Nel Parco, 1913, Provocazione, 1913.
Rarissimi bozzetti a tempera realizzati
per due illustrazioni della rivista *Simplicissimus*
a Monaco di Baviera.



passaggio dal Liberty al Decò fino agli Anni '50, dell'iconografia dell'immaginario maschile di mezzo secolo.

Nel 1911, dopo la morte di Franz von Reznicek, il "*Simplicissimus*" di Monaco di Baviera, giornale politico letterario a sfondo satirico, invita Dudovich a collaborare alla pagina mondana e alle illustrazioni di moda. Incarico che, accettato con entusiasmo, porterà l'artista a frequentare le località più eleganti d'Europa in cui si ritrovava abitualmente, il "bel mondo" della "Belle époque".

Il linearismo riassuntivo, l'uso delle campiture piatte, la bidimensionalità delle immagini si arricchiscono in particolare durante l'esperienza bavarese per una lettura quasi caricaturale e divertita nella descrizione del reale. Lavorare come "cronista" per il *Simplicissimus* dalle più belle località mondane d'Europa apparirà come un'esperienza facilmente fruibile per un Dudovich amante della bella vita e della mondanità ma in fondo sufficientemente distaccato, per la sua storia personale, da quel mondo aristocratico da riuscire a raccontarlo efficacemente in maniera ironica ed arguta. Roberto Curci a tal proposito dirà "...un semplice, un

candido, un provinciale, il visitatore fortuito ed occasionale di un mondo cui non apparteneva e che magneticamente lo attraeva con il proprio sfarzo e, soprattutto, con la bellezza e la disponibilità delle proprie donne" (R. Curci, 2002).

Dudovich si immerge nell'esperienza monacense anima e corpo. Non solo nascerà a Monaco la piccola Adriana, figlia unica dell'artista e della bella e raffinata moglie Elisa Bucchi, ma l'esperienza germanica diventerà opportunità di crescita professionale per la vicinanza ed il confronto con gli altri grandi illustratori del *Simplicissimus*, come Heine, Paul, Gulbransson.

Dudovich ritornerà dopo la seconda guerra mondiale a quell'indimenticabile esperienza reinventando nei suoi quadri la perduta Belle Époque per un pubblico sempre più interessato al "mondo di ieri".

Si consolida così il mito di Dudovich "poeta della belle époque", testimone della vita, di un'età, almeno per alcuni, felice e spensierata, che la grande guerra avrebbe, di lì a poco, cancellato per sempre.

L'anno 1914 segna l'apice del successo e della notorietà di Dudovich, che vince il primo premio nel concorso per il manifesto dei colli "Dag" (non giunto fino a noi), ma segna anche, con l'avvicinarsi della guerra, l'inizio di un periodo difficile, quasi d'involuzione, per l'artista, che conclude la lunga attività presso Ricordi nel momento in cui, a causa del conflitto bellico, viene praticamente a cessare la produzione dei cartelloni pubblicitari.

Alla fine della guerra, quando riprende in pieno la produzione cartellonistica pubblicitaria, molti mutamenti sono avvenuti nella società, nel ritmo di vita, nel clima culturale. Anche Dudovich appare molto cambiato: nei manifesti intorno agli anni Venti è evidente una ripresa della plasticità, del volume, del "pittorico", in netto contrasto con la bidimensionalità e il segno delle opere precedenti la guerra. Le scelte tematiche, la "costruzione" del soggetto, vengono tuttora semplificate. Sempre più spesso è un'unica figura di donna ad apparire nei manifesti di Dudovich di questi anni, una donna bella, spigliata, sicura di sé, ma meno caratterizzata, fisicamente e psicologicamente rispetto alle figure femminili d'anteguerra. Altre volte il messaggio pubblicitario è affidato a emblematiche figure di animali, con soluzioni di grande felicità inventiva, come nei manifesti per "Rimini stagione balneare 1922" e per "Carpano vermuth Turin" (1925).

Anche se continua a disegnare manifesti molto validi, per Dudovich diventa difficile ritrovare l'originalità creativa che aveva contraddistinto il suo periodo più felice: nuovi nomi, nuove esigenze, nuove tendenze compaiono nel mondo del cartellone pubblicitario. Con il sorgere delle prime agenzie di pubblicità italiane e con l'inizio dell'indagine sulle motivazioni psicologiche che provocano le scelte del pubblico, il cartellone diventa essenzialmente un fatto "tecnico", cui si chiede di racchiudere e di trasmettere con la maggior immediatezza possibile un messaggio rapidamente decodificabile.

Nel 1921 Dudovich fonda a Milano, con Arnaldo Steffenini, una società editrice,

Disegno per pubblicità Agfa e opuscolo pubblicitario,
1922



Opuscolo Italia flotte riunite, 1935.



Giornata mondiale del risparmio, 1938
Bozzetto preparatorio, tempera su carta.



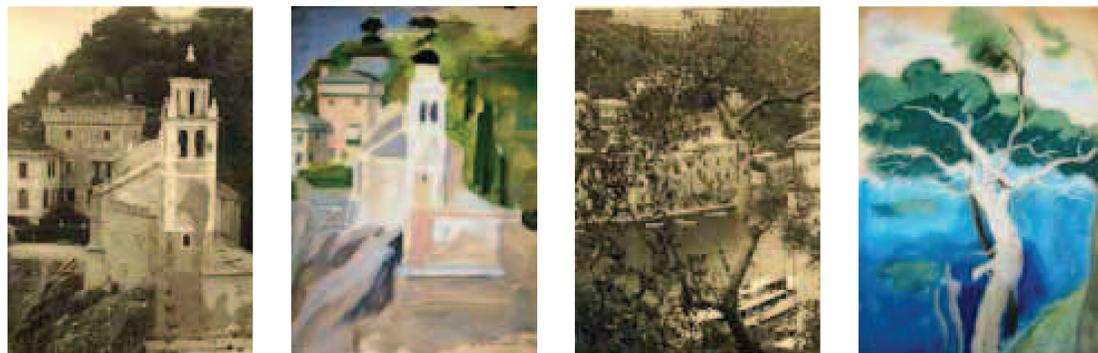
la "Star", per la quale lavorerà intensamente negli anni Venti e Trenta, affidando la riproduzione e la diffusione delle proprie opere all'"Igap" (Impresa generale affissioni e pubblicità).

Inizia nel frattempo un'attiva collaborazione con i grandi magazzini la "Rinascenza". Per la "Rinascenza" Dudovich realizza, in più di trent'anni numerosi manifesti, attraverso i quali è possibile individuare lo sviluppo di un ulteriore indirizzo grafico caratterizzato dall'accentuazione della forma-volume e del chiaroscuro, e influenzato, probabilmente da certi temi dell'estetica del Novecento, di cui Dudovich segue con interesse l'evolversi.

A tal proposito giova ricordare il complesso ed articolato rapporto tra Dudovich e Walter Resentera, giovane pittore e cartellonista bellunese, autodidatta, che sarebbe diventato il genero dello stesso Dudovich nel 1935. Se è vero che è Dudovich a ricevere clienti e commissioni, è indubbio che Resentera interprete attento ed originale del plasticismo novecentista, realizza non di rado i bozzetti

Portofino Castel S.Giorgio
Foto preparatoria e dipinto a tempera su carta.

Alberi a Portofino
Foto preparatoria e dipinto a tempera su carta.



che il triestino firma.

Verso gli anni Quaranta, la produzione cartellonistica dell'artista triestino si riduce notevolmente e appare impoverita sia del lato contenutistico che grafico: Dudovich che comincia a sentirsi ormai superato come creatore di manifesti si rivolge così sempre più spesso alla pittura, organizza personali e ritrova nuova linfa e un nuovo ardore creativo. Nel Novembre del 1942 espone alla Galleria Dedalo di Milano e per vent'anni terrà altrettante personali in tutta Italia (ed una anche a Monaco di Baviera).

“Questa tarda produzione pittorica incontra un vivo successo di pubblico e molti – equivocando – acquistano le tempere di questo periodo nella convinzione di acquistare opere della “Belle Epoque” (R. Curci, *Oltre il manifesto*, Charta 2002). Dudovich crea ancora qualche manifesto (l'ultimo a noi noto è del 1957), ma l'artista è ormai stanco: si spegne a Milano il 31 marzo 1962.

Conclude R. Curci (op. cit). “Così - veloce, febbrile, umanamente ricca, professionalmente frenetica – si dipanò e scorse via l'esistenza di Marcello Dudovich, cartellonista e/o pittore. Quanti manifesti abbia realizzato in sessant'anni di attività non sapremo mai. (...) Tanto denaro entrò nelle sue tasche e altrettanto prodigalmente ne uscì. Tante donne conobbe e amò e a nessuna – salvo alla moglie – rimase fedele. Fu, la sua, una vera vita d'artista: dissipata e gaia, priva di malizie e di paure, col solo nuvolone nero del lavoro incombente, della commissione da onorare, della pittura “tradita”; e del tempo che passava, passava inesorabile”.

Bibliografia essenziale con l'esclusione delle opere citate nel testo.

- SIBILIA S., *Pittori e scultori di Trieste*, Milano 1922
KOCH R.A., *The poster movement and Art Nouveau*, in “Gazette des Beaux Arts”, Paris 1957
VILLANI D., *50 anni di pubblicità in Italia*, Milano 1957
CREMONA I., *Il tempo dell'Art Nouveau*, Firenze 1964
ROSSI A., *Il manifesto italiano nel centenario del manifesto litografico*, Milano 1965
AMAYA M., *Art Nouveau*, Londra 1966
BARILLI R., *Il Liberty*, Milano 1966
SCHMUTZLER R., *Art Nouveau*, Milano 1966
VERONESI G., *Stile 1925 – Ascesa e caduta delle Arts Dèco*, Firenze 1966
BOSSAGLIA R., *Grafica italiana del Liberty*, in “Critica d'arte”, n. 90, 1967
BORGESSE M., *M. Dudovich, Esposizione*, Milano 1968
BOSSAGLIA R., *Il Liberty in Italia*, Milano 1968
BOCCA G., *I manifesti italiani tra belle époque e fascismo*, Milano 1971
ALBERICI C., LISE G., *70 anni di manifesti italiani*, catalogo, Milano 1972
GALLO M., *I manifesti nella storia e nel costume*, Verona 1972
MENEGAZZI L., *Manifesti Salce*, Venezia 1974
CURCI R., *Marcello Dudovich*, Trieste 1976
CURCI R., VANJA STRUKELJ, *Dudovich e C. I triestini nel cartellonismo italiano*, Trieste 1977
CESERANI G. P., *Vetrina della Belle Epoque*, Bari 1980
SCARDINO L., *Sirene di carta*, Ferrara 1984
CURCI R., DORFLES G., *I cento bozzetti e manifesti per La Rinascente*, Milano 1985
PICONE PETRUSA M., *i MANIFESTI Mele*, Milano 1988
CURCI R., *La poetica dell'immagine femminile*, Milano 1990
GRANZOTTO G., *Marcello Dudovich*, Milano 1999
VATTA S., *Sul mare*, Trieste 2000
DEL BELLO S., *Il segno mondano*, Trieste 2001
SCUDIERO M., *Marcello Dudovich. Eleganza Italiana*, New York 2002
GALATI S., *La tavolozza di Marcello Dudovich*, Modiano 2006

Tutte le immagini riprodotte sono provenienti dall' Archivio Galati che da anni si occupa di Arte Applicata nel periodo compreso tra la fine dell' Ottocento e i primi cinquanta anni del Novecento.

Le didascalie riportano gli approfondimenti descrittivi per quanto è stato possibile acquisire attraverso informazioni documentali o verbali.

Per eventuali imprecisioni o inesattezze verificate, l'autore è grato per il cortese riscontro di quanti vogliano comunicarle.