

## Dalla fine del XIX alla prima metà del XX secolo

a cura di Bruno Marongiu

La nascita della grafica pubblicitaria su larga scala coincide con l'avvento dell'industrializzazione, che dopo il 1850 modifica profondamente la fisionomia delle grandi città in Europa. Con la produzione delle merci divenuta seriale, con l'aumento della popolazione e l'ascesa del ceto borghese, è necessario per le aziende far conoscere alla clientela i propri prodotti, fidelizzare i clienti abituali e raggiungerne di nuovi, sempre di più. In Italia l'illustrazione pubblicitaria verso la fine dell'Ottocento inizia ad avere spazio sulle ultime pagine di quotidiani, periodici e riviste, tra cui l'Illustrazione italiana, La Domenica del Corriere, La Tribuna Illustrata, Il Secolo XX dell'editore Treves, La Lettura. Queste pubblicazioni si diffondono rapidamente, soprattutto in contesti urbani, e hanno come pubblico d'elezione i ceti medio alti. Le riviste ospitano anche la pubblicazione di racconti e romanzi a puntate, anch'essi illustrati. Una giovanissima Grazia Deledda, assidua lettrice e attenta conoscitrice di queste pubblicazioni, inizia la sua carriera letteraria inviando i suoi primi scritti a riviste simili. Grazie alla sua intraprendenza entra in corrispondenza con le redazioni e crea con esse proficue relazioni professionali. Dal punto di vista grafico, le prime semplici illustrazioni in bianco e nero degli ultimi lustri dell'Ottocento lasciano presto spazio a nuove tecniche: di particolare importanza l'avvento della cromolitografia, che consentiva di eseguire dei disegni a colori su carta, con l'uso di matrici in pietra inchiostrate, e la tecnica del pochoir, che consisteva nella colorazione a mano, con l'uso di mascherine di cartone, di stampe ottenute imprimendo su carta lastre di zinco o di rame. Le Officine Grafiche Ricordi di Milano, dirette da Adolf Hohenstein, specializzate in manifesti e libretti relativi al Teatro d'Opera, sono la culla della cartellonistica d'arte in Italia: vi lavorano diversi

artisti, sotto il segno dell'innovazione. È l'epoca in cui si afferma lo stile Liberty.

In ambito commerciale le Officine Grafiche Ricordi iniziano alla fine del XIX secolo una lunga collaborazione con i fratelli Mele, fondatori dei primi grandi magazzini di Napoli: gli artisti della Ricordi Marcello Dudovich, Leopoldo Metlicovitz, Leonetto Cappiello e Aleardo Terzi creano una serie di manifesti per promuovere le collezioni di abbigliamento Mele. Nonostante il valore delle opere, oggi riconosciuto, la cartellonistica e l'illustrazione pubblicitaria sono ambiti considerati all'epoca poco prestigiosi. Nei primi anni del Novecento il lavoro nell'illustrazione commerciale, luogo d'incontro tra arte e grafica applicata, è occasione di sperimentazione e di innovazione, ma soprattutto costituisce la principale fonte di guadagno per molti artisti. La grafica pubblicitaria è allora molto frequentata da pittori e disegnatori attivi in vari campi: oltre ai manifesti, gli artisti concepiscono scenografie per il teatro e il cinema e illustrano romanzi e racconti (i libri illustrati raggiungono un grande diffusione tra il 1920 e il 1930), nonché riviste e giornali satirici.

*Tra gli illustratori qui in esposizione Alessandro Berretti (tavole Fernet Lapponi), Ottorino Paschi (noto Schipani, autore delle pubblicità della lingerie Bemberg), Marcello Dudovich (pubblicità Cinzano), Luigi Dal Monte Casoni (fondatore dell'agenzia ACME, autore di molti manifesti per Cirio sotto la firma Dalm), Achille Mauzan, Ubaldo Cosimo Veneziani (pubblicità Isotta Fraschini e Peugeot), Guido Marus, Plinio Nomellini (Olio Sasso), Leopoldo Metlicovitz (autore del leggendario logo Fernet Branca).*

