

Piccolo SPAZIO (d'epoca)

Non è solo passione per il 'vintage', in questo caso veramente d'epoca. Oggettivamente, e non è 'nostalgia', alcuni ambiti creativi risultano affascinanti anche a distanza di decenni. Persino la pubblicità, che riempie ogni spazio della nostra vita, appare decisamente migliore - rispetto alle possi-

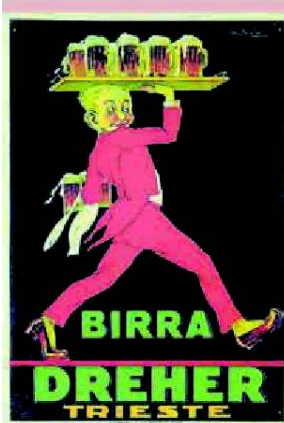
bilità di oggi - se realizzata in tempi ritenuti pionieristici, ma che sotto diversi aspetti risultano ancora 'all'avanguardia'.

Dopo aver aperto la strada cinque anni fa con *'Réclame. Manifesti e bozzetti del primo '900 dal Fondo Passero-Chiesa'*, una ricca esposizione di manifesti pubblicitari, bozzetti e tabelle pubblicitarie di

latta realizzati da uno stabilimento udinese di importanza nazionale, col coinvolgimento di famosi artisti regionali, Gorizia prosegue il lavoro di catalogazione della pubblicità del 20° secolo con una nuova esposizione. Si intitola *'Sogni di latta... e di cartone. Tabelle pubblicitarie italiane 1900-1950'*, è organizzata dall'**ErPac**



In molti dei disegni realizzati dal 1900 al 1950 si può distinguere il 'tocco' delle mode artistiche del periodo



In alto, una vera 'icona' tra le due guerre: il cameriere di una famosa marca di birra legata a Trieste

PUBBLICITA'

e curata da **Piero Delbello** e **Raffaella Sgubin** e sarà aperta a Gorizia, a **Palazzo Attems Petzenstein** fino al 27 gennaio,

In mostra circa 400 esemplari di tabelle pubblicitarie in latta e cartone, appartenenti questa volta ad una straordinaria collezione privata udinese totalmente inedita: quella di **Stefano Placidi**, costruita

del piano terra di quel **Palazzo Attems Petzenstein** che al piano nobile custodisce opere di artisti versatili che sono stati anche cartellonisti, come Aumentaller, de Finetti e Crali.

CIRCA 400 ESEMPLARI DA UNA COLLEZIONE PRIVATA UDINESE A PALAZZO ATTEMS PETZENSTEIN

Organizzato per settori merceologici, il percorso si snoda fra commercio e industria. Le tabelle esposte seguono per molti tratti la bellezza femminile, a lungo considerata l'immagine giu-

sta: per profumerie e drogherie, con i volti di una donna *Déco* per i prodotti di bellezza *Hormona* (1934) e quelli per la casa della 'dama bianca' del detersivo *Persil* (1929), o alimentari (le donne mediterranee per l'*Olio Radino* di **Gino Boccasile**, 1950).

in 35 anni di attività collezionistica. La rassegna accompagna il visitatore lungo un percorso di 50 anni di storia del Novecento allestito in **12 sale**



La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato

Molti lavori, legati alle mode artistiche del periodo, presentano 'firme' importanti, come quella di **Marcello Dudovich**, il re dei cartellonisti, con le sue atmosfere *Belle Époque*, o il famoso cameriere per la Birra Dreher (1925) del fumettista **Giovanni Scolari** e la 'ragazza dell'Aperol' di **Nano Campeggi** (1950). Tutti nomi che rimandano al passato remoto, come la Pasta Dentifricia Gi.vi.emme (1941) o il Sapone Palmolive (1935), il cappello Borsalino (anni '40) e quello Panizza (1925) e tanti altri *affiches* che permettono di veder scorrere un cinquantennio di vita italiana. Un periodo in cui sono cambiati i modi, le mode e riferimenti, ma si continua a donar gioia con la pubblicità, non solo agli inserzionisti.



andrea.ioime@ilfriuli.it