

Il Gazzettino Illustrato

Anno 61 – N. 10



Rivista indipendente fondata a Venezia

Ottobre 2009 – € 2,00

Il Personaggio

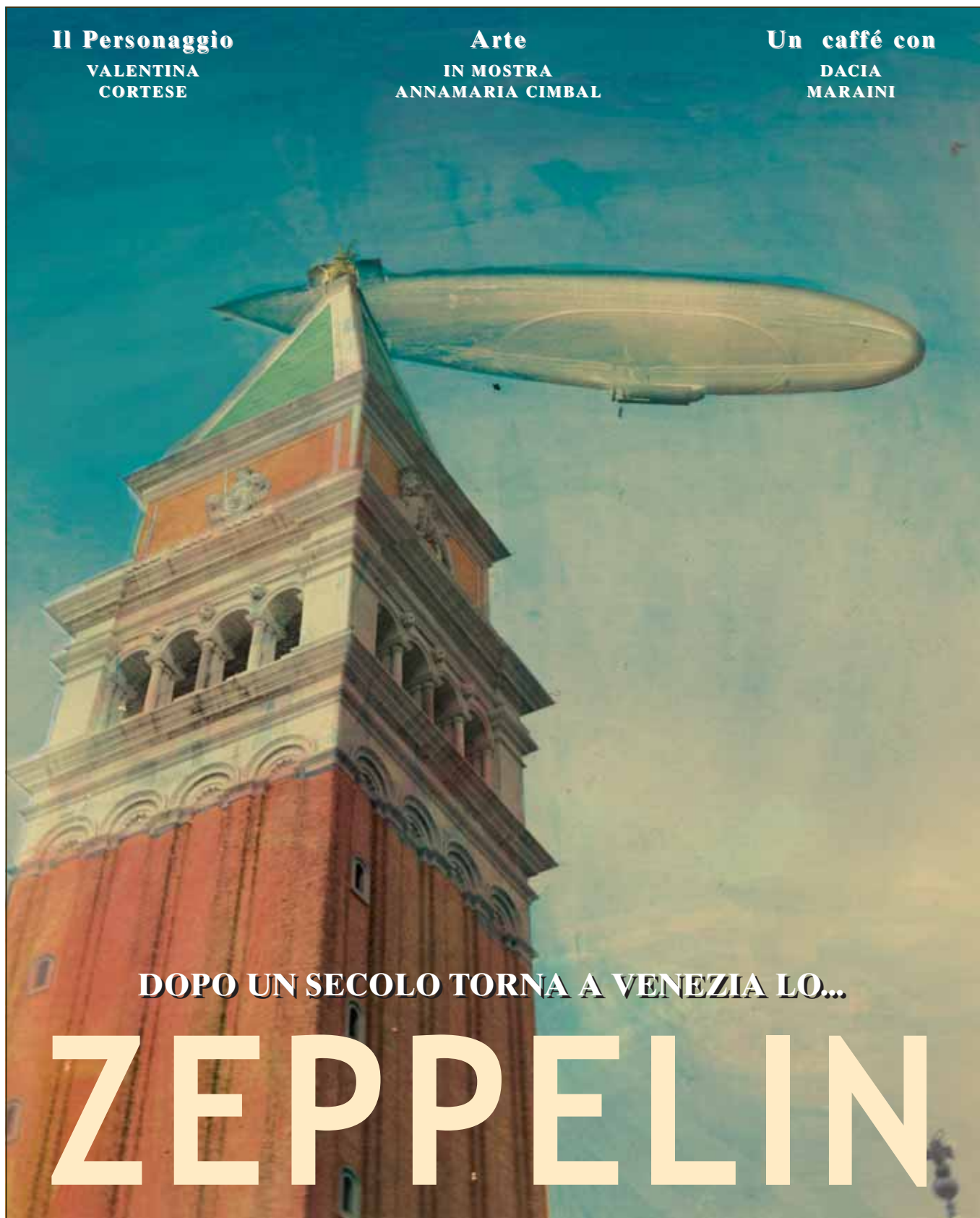
**VALENTINA
CORTESE**

Arte

**IN MOSTRA
ANNAMARIA CIMBAL**

Un caffè con

**DACIA
MARAINI**



DOPO UN SECOLO TORNA A VENEZIA LO...

ZEPPELIN

Galliandro Editore

città in cartolina

di CARLO
SOPRACORDEVOLE

La città lagunare nelle storiche figurine Liebig

“VERO ESTRATTO”

Con la rivoluzione industriale dell'Ottocento, i nuovi sistemi di fabbricazione in serie di grandi quantità di prodotti resero necessaria anche una vendita su larga scala. Ecco che per tale scopo si è sviluppata la pubblicità, intesa come quel particolare tipo di comunicazione finalizzato a diffondere la conoscenza di articoli e di servizi delle aziende che li promuovono per influenzarne ed imporne l'acquisto. Questa esigenza stimolò dunque la mente dei venditori che si trovarono indotti a progettare sistemi complementari di vendita che stimolassero il potenziale cliente incoraggiandolo a effettuare o a incrementare gli acquisti.

In questo contesto, vogliamo porre stavolta l'attenzione ad una particolare iniziativa nel settore dell'alimentazione che riguarda il barone Justus von Liebig, studioso e ricercatore nel campo della trasformazione e conservazione alimentare. Questi, nella seconda metà del XIX secolo, aveva creato l'estratto di carne che porta il suo nome, un prodotto che ottenne notevole successo commerciale e

“Per rendere le figurine più attraenti, la loro realizzazione fu affidata a eccellenti artisti che seppero creare immagini molto raffinate

divenne noto e apprezzato in tutto il mondo.

Per dare impulso agli acquisti, fu adottata una particolare forma di pubblicità, che consisteva nel distribuire gratuitamente agli acquirenti di ogni confezione di dadi per il brodo alcune figurine illustrate nelle quali, assieme all'immagine riprodotta nella facciata superiore, in quella inferiore apparivano con evidenza il marchio e i dati essenziali della ditta produttrice con il prodotto relativo. Si era cominciato con una figurina per ogni vasetto di estratto ma poi, più avanti, si passò alla raccolta di punti che davano diritto a una serie completa di figurine che normalmente erano 6, anche se vi furono eccezioni con 10, 12 e persino 24 esemplari. Per inciso, la prima serie rappresentava vedute dello stabilimento Fray Bentos di Buenos Aires, distribuita nel 1875. Le edizioni erano molteplici, espresse in varie lingue europee e, soprattutto a cavallo dei due secoli, in diverse serie per anno. La loro specifica caratteristica era la ricerca degli argomenti da trattare: storia, geografia, scienze varie, monumenti, personaggi famosi, usi e costumi, attualità, umorismo, enigmistica, ecc., tanto da formare nel tempo una piccola enciclopedia a colori. Per rendere le figurine più



attraenti, la loro realizzazione fu affidata a eccellenti artisti che seppero rendere le immagini in modo particolarmente raffinato, ricche di colori con uso anche di oro zecchino. Completava il loro pregio

un'accurata tecnica di stampa in cromolitografia, realizzata da alcune fra le migliori stamperie dell'epoca.

Questa grande moltitudine di temi e argomenti le rese molto

attraenti tanto da divenire presto oggetto di ricerca, scambio e collezionismo.

La produzione e la distribuzione delle cartoline proseguì ininterrottamente per un secolo per inter-

rompersi nel 1976 ma per riprendere nel 1998 su iniziativa della società Agnesi che aveva preso in gestione il marchio Liebig.

Il collezionismo delle figurine Liebig si appoggia attualmente a

DI VENEZIANITÀ



un catalogo specializzato, l'Unificato Liebig, tutto a colori, che classifica e quota tutte i pezzi emessi che, se si tiene conto delle edizioni in lingua straniera, arrivano a circa 7000 serie! Nel catalogo sono inoltre indicati il formato, i vari tipi di edizioni per ogni singola serie, il nome dello stampatore quando esso sia noto, le diverse lingue di emissione, oltre a vari indici alfabetici. L'ultima edizione, uscita quest'anno, è stata perfezionata e aggiornata nelle quotazioni e integrata da un capitolo dedicato a cartoline e oggetti propedeutici, prodotti in passato per pubbliciz-

zare il marchio Liebig. Di ogni serie sono riprodotti almeno due esemplari.

Nella molteplicità degli argomenti e dei soggetti trattati non poteva mancare la città di Venezia ed è stato questo il motivo che ci ha indotto ad occuparci di questo particolare settore del collezionismo iconografico.

Così possiamo vedere la prima serie in argomento, del 1892, che tratta il "Carnevale di Venezia" (figure 1 e 2), edita in 6 lingue. Due anni dopo viene distribuita quella con "Scene di Venezia", sempre in 6 lingue (figure 3 e 4). Nel 1908

esce invece il "Mercante di Venezia", pure in 6 lingue (figure 5 e 6) ma occorre giungere al 1931 per trovare "Scene storiche di Venezia" (figure 7 e 8), mentre dieci anni dopo, durante la seconda guerra mondiale si assiste all'edizione della serie di "Marco Polo", in 4 lingue (figure 9 e 10). Infine, risale al 1950 la serie dedicata a "Erasmus da Rotterdam" il grande umanista del XV-XVI secolo, pubblicata in 3 lingue ma non in italiano. Una delle 6 figurine riproduce Erasmo a Venezia, raffigurato nella stamperia di Aldo Manuzio (fig.11).

DA UN'ANTICA TRADIZIONE UN NUOVO SAPORE

BIRRA VENEZIA

1913

ARTIGIANALE

Tel. +39.349.6804369 - info@birravenezia.it - www.birravenezia.it