



Facciamo Luce

Lampadine & C. nei manifesti pubblicitari della prima metà del XX secolo

testo di/text by Marcello Scalzo

marcello.scalzo@unifi.it / University of Florence, Italy

Let us shed light. Light bulbs & Co. in advertising posters from the first half of the 20th century.

Introduction: New light on the new century

The nineteenth century was a century that, in many ways, revolutionised the way we live with its great inventions: steam power, the railway, electricity, the telephone, the car and colour printing, all technical achievements that made

Introduzione: Nuova luce sul nuovo secolo

L'Ottocento è il secolo che, per molti versi, ha rivoluzionato con le sue grandi invenzioni, le modalità del vivere: l'energia a vapore, la ferrovia, l'elettricità, il telefono, l'automobile, la stampa a colori, tutte conquiste tecniche che rendono la società decisamente più moderna. È il secolo in cui in Italia si compie un'importante trasformazione industriale, trainata dalla progressiva diffusione dell'energia elettrica. Ne è testimonianza la costruzione della "Centrale Santa Radegonda" a Milano nel 1883, primo impianto termoelettrico italiano e primo nell'Europa continentale, sul finire dell'800, della prima centrale idroelettrica d'Italia a Isoverde a Genova, seguita da quelle sull'Adda nel 1898 e sul Ticino nel 1901. La diffusione dell'elettricità non solo rivoluziona l'economia, ma ha effetti ben più profondi a livello sociale. La luce elettrica arrivando nelle case modifica stili di vita e consuetudini. I sistemi di illuminazione precedenti, alimentati da gas, petrolio e alcool, che avevano già soppiantato l'uso delle tradizionali candele, cercano di competere con la luce elettrica introducendo migliorie tecniche, potenziando la qualità della luce, aumentando la sicurezza e riducendo i consumi, ma risultano ancora soggetti a numerosi inconvenienti, specie in ambiente domestico, quali perdite dovute a imperfezione degli impianti di distribuzione, o la scarsa affidabilità dei sistemi di bruciatura. La lampada elettrica invece è di facile installazione all'interno delle abitazioni; supera la luce a gas in brillantezza e, a differenza di quest'ultima, non rilascia nell'aria sostanze nocive e pericolose come acido carbonico, ossido di carbonio, acido solforico o ammoniaca, responsabili del deterioramento dell'aria, oltre a provocare l'annerimento delle pareti. Proprio come il gas, anche la luce elettrica può essere distribuita direttamente nelle case, misurata e contabilizzata. Se per accendere un becco a gas però serve una fiamma e l'apertura di un rubinetto, per attivare la nuova lampada è sufficiente girare una manopola o premere un pulsante, senza alcun bisogno del fuoco. Un vantaggio non da poco. Vinta la concorrenza con il gas la lampadina a incandescenza deve vincere anche quella con la lampada elettrica ad arco. Alla fine dell'Ottocento infatti anche quest'ultima, soprattutto nella versione perfezionata da Paul Jablochoff, raggiunge un alto grado di efficienza e di resa luminosa, ma il suo impiego prevalente avviene in ampi spazi all'aperto. Tecnicamente la lampada ad arco è un dispositivo di illuminazione basato sull'emissione luminosa di un arco voltaico; questa abitualmente viene utilizzata nella seconda metà dell'Ottocento per l'illuminazione pubblica e successivamente nei potenti proiettori in uso nelle guerre mondiali. La lampada è costituita da due elettrodi, solitamente di carbonio o grafite, che vengono inizialmente messi in contatto e successivamente separati per creare un arco luminoso; un sistema però decisamente inadatto per l'illuminazione domestica.



in copertina/on the cover: Osram, Anonimo, circa 1955 (dettaglio) / Osram, Anonymous, circa 1955 (detail)

sopra/above: Mataloni, 1895



da sinistra/ from the left: Manifesto Philips, 1895-1910 circa; Romolo Bernardi, 1897; Saxoleine, J. Cheret, 1901 / *Philips poster*, circa 1895-1910; Romolo Bernardi, 1897; Saxoleine, J. Cheret, 1901



society decidedly more modern. It was a century in which Italy underwent a significant industrial transformation, driven by the progressive spread of electricity. This is evidenced by the construction of the 'Centrale Santa Radegonda' in Milan in 1883, the first thermoelectric plant in Italy and the first in continental Europe, at the end of the 19th century, and the first hydroelectric power plant in Italy in Isoverde, Genoa, followed by those on the Adda in 1898 and on the Ticino in 1901. The spread of electricity revolutionised the economy and had much more profound effects on society. The arrival of electric light in homes changed lifestyles and customs. Previous lighting systems, powered by gas, petrol and alcohol, which had already replaced traditional candles, tried to compete with electric light by introducing technical improvements, enhancing light quality, increasing safety and reducing consumption. However, they were still subject to numerous drawbacks, especially in the home, such as leaks due to imperfect distribution systems or the unreliability of combustion systems. Electric lamps, on the other hand, are easy to install in homes; they are brighter than gas lamps and, unlike the latter, do not release harmful and dangerous substances such as carbon dioxide, carbon monoxide, sulphuric acid or ammonia into the air, which are responsible for air pollution and cause walls to blacken. Electric light can also be distributed directly to homes, measured and metered like gas. However, while a flame and the opening of a tap are required to light a gas burner, the new lamp can be activated by simply turning a knob or pressing a button, without the need for fire. This is no slight advantage.

Having beaten gas, the incandescent light bulb also had to beat the electric arc lamp. At the end of the 19th century, the latter, especially in the version perfected by Paul Jabluchoff, achieved a high degree of efficiency and light output, but it was mainly used in large open spaces. Technically, the arc lamp is a lighting device based on the light emission of a voltaic arc; it was commonly used in the second half of the 19th century for public lighting and later in powerful projectors used in world wars. The lamp consists of two electrodes, usually made of carbon or graphite, which are initially brought into contact and then separated to create a luminous arc; however, this system is unsuitable for domestic lighting.

Electric light spreads

The year of the invention of the incandescent light bulb is traditionally placed between 1878 and 1879 (almost simultaneously conceived by J.W. Swan, T.A. Edison, H. Göbel, and N. Tesla, but this is material for technology historians). In the 1880s, important experiments in electric lighting were being carried out in large cities. In 1833, Milan pioneered in Italy with the lighting of Piazza del Duomo and the La Scala Theatre. However, the first posters relating to electricity and light bulbs appeared in the last decade of the century, when electricity became widespread and industrial production began. The first European companies to start marketing their products in Italy were the Dutch company PHILIPS, founded in 1891, and AEG, founded in Berlin in 1883 by Emil Rathenau, which operated in electricity and lighting equipment. Also in Germany, in 1905, Carl Auer von Welsbach pat-

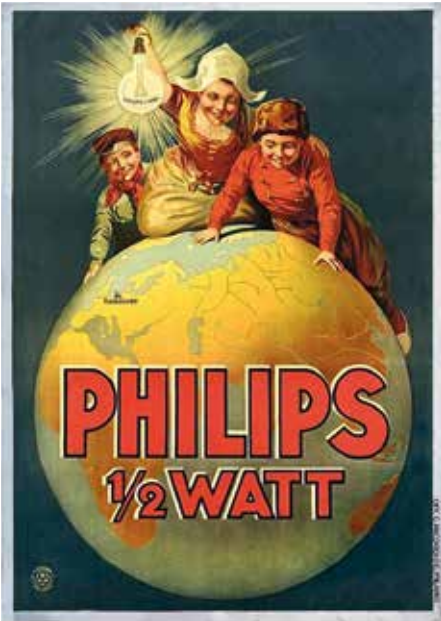
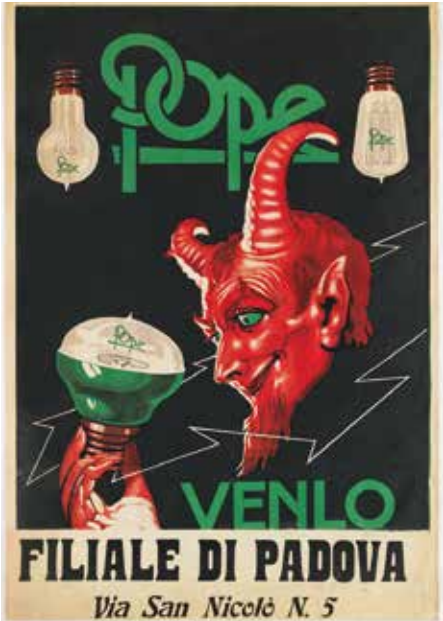
ented lamps with tungsten or wolfram filaments inside the bulb: he was responsible for the creation of the OSRAM brand in 1919, a name obtained by combining the scientific names of two chemical elements, osmium (OS) and tungsten (RAM), chosen for their ability to withstand incandescence thanks to their extremely high melting points. In Italy, Carlo Clerici, one of the pioneers of the Italian electrical industry, founded the Società Edison in Milan in 1897 to produce electric lamps with metal filaments, thanks to the purchase of the rights to the original American patent from the Edison Electric Light Company. In 1910, NITENS, the first Italian electric light bulb factory, was founded in Novi Ligure, and a few years later, CLEN Compagnia Lampade Elettriche Nazionali was established in the same Piedmontese town. The time was ripe, and between the first and second decades of the 20th century, electric light gradually spread, reaching many locations throughout Italy.

Posters: the weapons in the battle between electric light and oil lamps

The 19th century was ending, and so were Jules Chéret's advertising posters for gas and alcohol lamps and 5-litre tin cans of oil for lighting, a colourless, odourless and smokeless fuel. Beautiful girls and elegant young ladies displayed the oil lamps against attractive backgrounds in bright colours. From the elegant coloured dresses with which Chéret, the fashion designer, dresses his girls in the posters, we move on to the Art Nouveau charm of half-naked girls, covered only by fluttering transparent veils. These sensual testimonials present technological innovations

da sinistra/ from the left: Venlo Pope, Anonimo, 1910; Philips ½ W Anonimo, 1913; AEG Anonimo, 1920 / Venlo Pope, Anonymous, 1910; Philips ½ W Anonymous, 1913; AEG Anonymous, 1920

sotto/ below: Radio Filem, MAGA, 1920



in lighting, modern products that provide safe, easy-to-use and inexhaustible light to the public. The female image often represents lofty and positive concepts: a woman is a bearer of light, evolution and freedom. Metaphorically, the electric light bulb is associated with these concepts and seen as a symbol of modernity and progress, as a futuristic and innovative form of lighting. It is the triumph of electricity over gas and oil lighting, a turning point in technological progress and everyday life. Electricity has won, and it must be celebrated with posters aimed at raising awareness of the various applications of this new and revolutionary technology. Moreo-

La luce elettrica si diffonde

L'anno di invenzione della lampadina ad incandescenza è posto tradizionalmente tra il 1878 e il 1879 (ideazione quasi in contemporanea di J.W. Swan, T.A. Edison, H. Göbel, e N. Tesla, ma questo è materiale per gli storici della tecnologia), e già negli anni Ottanta dell'Ottocento si attuano importanti esperimenti di illuminazione elettrica in grandi città: nel 1833 Milano è pioniera in Italia con l'illuminazione di piazza Duomo e del Teatro alla Scala. I primi manifesti relativi a elettricità e lampadine sono tuttavia dell'ultimo decennio del secolo, quando l'elettricità si diffonde in rete ed inizia la produzione industriale di lampadine. Le prime aziende europee che iniziano a commercializzare i loro prodotti in Italia sono l'olandese PHILIPS, fondata nel 1891, e la AEG nata a Berlino nel 1883 da un'idea di Emil Rathenau, che opera nel campo dell'elettricità e degli apparati per l'illuminazione. Sempre in Germania nel 1905 Carl Auer von Welsbach brevetta le lampade con filamento in tungsteno o wolframio all'interno del bulbo: a lui si deve la creazione nel 1919 del marchio OSRAM, nome ottenuto combinando i nomi scientifici di due elementi chimici Osmio (OS) e Wolframio (RAM) scelti per la loro capacità di resistere all'incandescenza grazie ai punti di fusione estremamente elevati. In Italia Carlo Clerici, uno dei pionieri dell'industria elettrica italiana, fonda a Milano nel 1897 la Società Edison allo scopo di produrre lampade elettriche a filamento metallico, grazie all'acquisto dei diritti sul brevetto originale americano della Edison Electric Light Company. Nel 1910 viene fondata a Novi Ligure la NITENS, la prima fabbrica italiana di lampadine elettriche e, sempre nella cittadina piemontese, qualche anno dopo nasce la CLEN Compagnia Lampade Elettriche Nazionali. I tempi sono ormai maturi, e la luce elettrica, tra il primo e il secondo decennio del Novecento, si diffonde progressivamente, estendendosi sino a raggiungere un gran numero di località in tutta Italia.

I manifesti: le armi della sfida tra luce elettrica e lampada a petrolio

L'Ottocento volge al termine e così anche i poster pubblicitari di Jules Chéret per i lumi a gas, ad alcool, o per quei bidoni stagnati da 5 litri di petrolio per illuminare, un combustibile incolore, inodore e che non fa fumo; belle fanciulle, giovani ed eleganti signore mostrano le lampade a petrolio che si stagliano su attraenti fondali dai cromatismi vivaci. Dagli eleganti abiti colorati con cui quel creatore di moda che è Chéret veste le sue ragazze nei manifesti, si passa al fascino, tutto liberty, di fanciulle seminude, coperte solo da trasparenti veli svolazzanti, testimonial sensuali, che presentano al pubblico le innovazioni tecnologiche nel campo dell'illuminazione, prodotti moderni che forniscono una luce sicura, semplice da attivare, inesauribile. L'immagine femminile d'altronde è spesso utilizzata per rappresentare concetti alti e positivi: una donna è portatrice di luce, di evoluzione, di libertà. Metaforicamente la lampadina elettrica è accostata a tali concetti, è vista come simbolo della modernità e del progresso che avanza, come una modalità di illuminazione avveniristica ed innovativa. È il trionfo dell'energia elettrica sull'illuminazione a gas e a petrolio, una svolta epocale nella storia del progresso tecnologico e della vita quotidiana. L'elettricità ha vinto e bisogna celebrarla con manifesti finalizza-



sotto/below: (in alto) Osram Nitra, RE, 1920; (in basso) Leonetto Cappiello 1922 / (top) Osram Nitra, RE, 1920; (bottom) Leonetto Cappiello, 1922

a sinistra/on the left: (a destra) Edison, San Marco, 1924; (a sinistra) Nitens, 1925 / (right) Edison, San Marco, 1924; (left) Nitens, 1925

ver, it is the great Leonetto Cappiello who, better than anyone else, expresses this concept in his 'electric woman', a 1922 poster for the Italian Electrothermal Company. A girl dressed as a dancer seems to be dancing on high-voltage wires, holding the electrodes of an arc lamp in her hands, whose contact causes a powerful, bright spark, surrounded by a vast array of household appliances, such as lamps, cookers, stoves and more. This image marks a revolution, not only in terms of technical progress, but also in terms of a profound cultural change, symbolising modernity and the domination of science over nature.



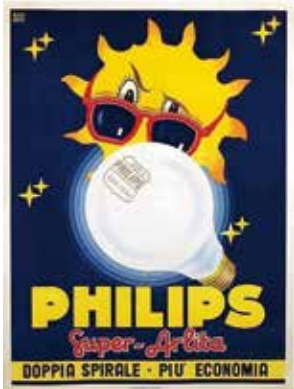
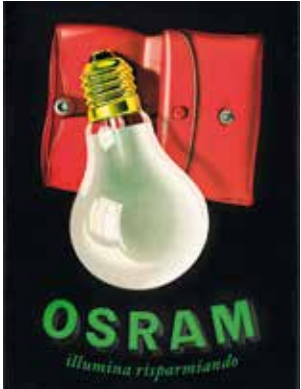
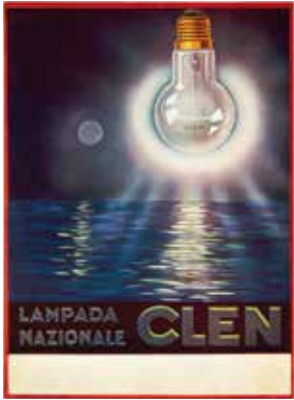
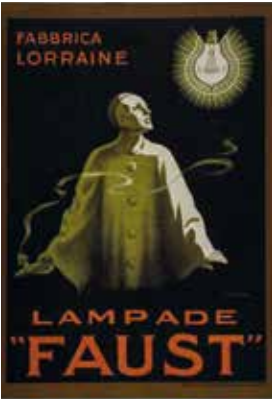
ti a far conoscere le diverse applicazioni di questa nuova e rivoluzionaria tecnologia. Ed è proprio il grande Leonetto Cappiello che meglio di altri esplicita il concetto nella "donna elettrica" un manifesto del 1922 per la Società Elettrotermica Italiana; una ragazza abbigliata come una ballerina, sembra danzare sui fili dell'alta tensione, tra le mani ha gli elettrodi di una lampada ad arco, il cui contatto provoca una potente scintilla luminosa, tutto intorno una vasta serie di elettrodomestici, quali lampade, fornelli, stufe e altro ancora. È questa una immagine che segna una rivoluzione, non solo un progresso tecnico, ma anche un cambiamento culturale profondo, simbolo della modernità e del dominio della scienza sulla natura.

Lampadine e manifesti: una pubblicità illuminante

Forse è un caso, ma quando nel 1895 Ferdinando Salce comincia la sua immensa collezione di manifesti, il primo che acquista, al prezzo di una lira, è quello di Giovanni Maria Mataloni per la “Società Anonima Incandescenza a Gas brevetto Auer”. Nel poster realizzato nel 1895, in stile liberty, una giovane ragazza dal volto dolce e sorridente, coperta solo da un velo, tocca una corona di stelle all'interno della quale si trova una lampada da cui si irradiano fasci luminosi, nell'altra ha in mano un girasole che si indirizza verso la sorgente di luce. Tutto intorno una cornice di tubi di ferro costellati di fiammelle e fiori secchi di cardo selvatico, in basso un lampione acceso con la fiamma a gas. Databile tra gli ultimi anni dell'Ottocento e la prima decade del seguente è uno dei manifesti, di autore anonimo, della “Lampada Philips”: una giovane ragazza abbigliata da testa a piedi con un tipico costume olandese, dalla cuffia coi risvolti, agli zoccoli, regge in mano una lampadina sospesa in aria. Le note al centro del manifesto rimarcano l'economicità e la qualità del prodotto. Da un'idea attribuita a Jacques Vink del 1907 è il manifesto sempre per la “Philips 1/2 watt” edito in Italia dalla Grafiche Ricordi nel 1913: tre ragazzini abbigliati in tipici costumi olandesi (una bambina al centro regge una lampadina), cavalcano il globo terrestre sul quale una bandierina identifica Eindhoven, la città dove viene fondata la Ditta olandese. La Borda e Vaccarino era una Società di forniture elettriche con sede a Torino. Nel manifesto realizzato intorno al 1897 da Romolo Bernardi su fondo nero, un angelo, saldo a terra, unisce con le mani gli elettrodi di una lampada ad arco, generando una potente scintilla luminosa. L'immagine richiama simbolicamente il mito di Prometeo, il titano che sottrasse il fuoco agli dei per donarlo all'umanità, rievocando così l'idea del progresso tecnologico come atto di emancipazione e potere creativo. Nel manifesto Osram-Nitra, datato al 1920 circa, con monogramma R.E., la fanciulla ritratta, in monocromo su fondo scuro, sembra avere le movenze di una divinità greca, forse Arianna: regge un filo con due lampadine alle estremità, quasi a simboleggiare quella luce che illumina il giusto percorso. Nel poster per le “Lampade a filamento metallico AEG” (Allgemeine Elektrizität Gesellschaft), l'anonimo autore raffigura un'eruzione vulcanica dove numerose lampadine vengono espulse dal cratere insieme a fuoco, fumo, magma e lapilli, il tutto sullo sfondo di un cielo scuro percorso la lampi e fulmini. È una rappresentazione alquanto enfatica della potenza decisamente più esplosiva che illuminante delle lampadine AEG. San Marco è lo pseudonimo di un grafico italiano attivo tra gli anni '20-'30 del secolo scorso. Nel suo poster del 1924 per la Edison, società italiana del settore elettrico, una figura femminile con una stella sulla fronte e sembianze quasi mitologiche, evoca l'illuminazione divina. La donna protende verso il basso una lampadina che irradia un'enorme aura luminosa che rischiara la città (probabilmente Milano). Il cielo è popolato da stelle che accompagnano il gesto della donna e rafforzano il simbolismo della luce che scende dal cielo per illuminare l'umanità. Nel manifesto di autore anonimo della Nitens datato 1925 circa, una falce di luna dal profilo umano osserva tra il sorpreso e lo sbigottito, il

da sinistra/from the left: (sopra) Félix Lochard Faust 1925; Philips Anonimo, 1926; Osram, A.L. Mauzan 1926; Clen, Anonimo, 1927; (sotto) Mario Borriane, 1932; P. Birkhäuser, 1943; Vertex MAGA, 1928; Philips, Ray Ber 1948 / (above) Fé-

lix Lochard Faust 1925; Philips Anonimo, 1926; Osram, A.L. Mauzan 1926; Clen, Anonimo, 1927; (below) Mario Borriane, 1932; P. Birkhäuser, 1943; Vertex MAGA, 1928; Philips, Ray Ber 1948



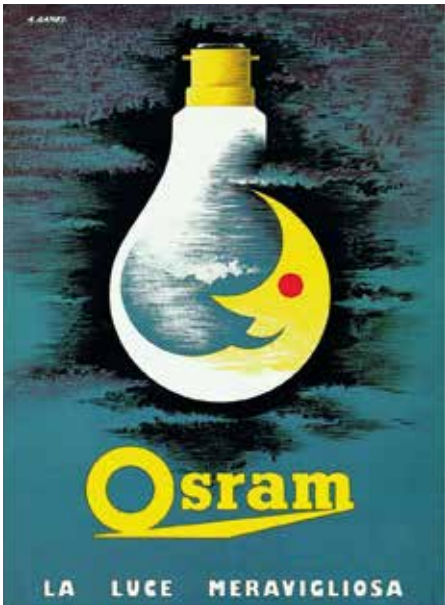
Light bulbs and posters: illuminating advertising

Perhaps it is a coincidence, but when Ferdinando Salce began his immense collection of posters in 1895, the first one he bought, for one lira, was by Giovanni Maria Mataloni for the 'Società Anonima Incandescenza a Gas brevetto Auer' (Auer Gas Incandescent Light Company). In the Art Nouveau-style poster, a young girl with a sweet, smiling face, covered only by a veil, touches a crown of stars inside a lamp from which beams of light radiate. In her other hand, she holds a sunflower pointing towards the light source. All around is a frame of iron tubes dotted with flames and dried wild thistle flowers, with a lit gas lamp at the bottom. Dating from the late 19th century or early 20th century, this is one of the anonymous posters for the 'Philips Lamp': a young girl dressed from head to toe in a typical Dutch costume, with a cap with flaps and clogs, holds a light bulb suspended in the air. The notes in the poster's centre emphasise the product's affordability and quality. Based on an idea attributed to Jacques Vink in 1907, the poster for 'Philips 1/2 watt' was published in Italy by Grafiche Ricordi in 1913: three children dressed in typical Dutch costumes (a girl in the centre holding a light bulb) ride the globe, on which a flag identifies Eindhoven. In this city, the Dutch company was founded. La

Borda e Vaccarino was an electrical supply company based in Turin. In the poster created around 1897 by Romolo Bernardi on a black background, an angel, standing firmly on the ground, joins the electrodes of an arc lamp with his hands, generating a powerful, bright spark. The image symbolically recalls the myth of Prometheus, the titan who stole fire from the gods to give it to humanity, thus evoking the idea of technological progress as an act of emancipation and creative power. In the Osram-Nitra poster, dated around 1920 and monogrammed R.E., the girl portrayed in monochrome on a dark background seems to have the movements of a Greek goddess, perhaps Ariadne: she holds a thread with two light bulbs at the ends, almost symbolising the light that illuminates the right path. In the poster for 'AEG metal filament lamps' (Allgemeine Elektrizität Gesellschaft), the anonymous author depicts a volcanic eruption where numerous light bulbs are ejected from the crater along with fire, smoke, magma and lapilli, all against a backdrop of a dark sky streaked with lightning and thunderbolts. It is a rather emphatic representation of the decidedly more explosive than illuminating power of AEG light bulbs. San Marco is the pseudonym of an Italian graphic designer active in the 1920s and 1930s. In his 1924 poster for Edison, an Italian electrical company, a female figure with

a star on her forehead and almost mythological features evokes divine illumination. The woman holds out a light bulb that radiates an enormous luminous aura illuminating the city (probably Milan). The sky is populated by stars accompanying the woman's gesture and reinforcing the symbolism of light descending from the sky to illuminate humanity. In the anonymous Nitens poster dated around 1925, a crescent moon with a human profile looks on, surprised and bewildered, at the glow emanating from the two light bulbs being advertised; almost all the advertisements emphasise two important concepts: durability and economy. The era of the candle is over, as suggested by a pale Pierrot who extinguishes the one he is holding, from which a sinuous line of smoke spreads, while he stares spellbound at the light from above a light bulb. Félix Lochard designed this poetic poster in 1925 for 'Lampade Faust', a little melancholic, just like the pale Pierrot depicted. In the poster, dated around 1926, the anonymous author draws a semi-naked female figure in the centre of the scene, wrapped in a red cloth and sitting on cushions in a dramatic, elegant, almost theatrical pose. The woman appears in a gesture between adoration and ecstasy, with her gaze and hands turned towards the light source. A pose that suggests how electric light is seen almost as a modern deity or a revelation.

The sketch that Achille Mauzan staged in 1926 for the new Osram is very amusing: three ghosts stand white with amazement, open-mouthed in front of the strong glow emitted by the light bulb. In the 1927 poster for Clen in Novi Ligure, one of the first Italian lamp factories, the anonymous author places a large, intensely bright light bulb in the centre of a night-time seascape, reflected on the water and brighter than the moonlight. The posters advertising this new invention feature not only graceful female figures and angelic creatures, but also contrasting images such as hideous animals and demons, creating a contrast in terms of lighting between pure celestial lights and violent hellish flashes. It is common to find foreign posters in Italy, sometimes with strips of paper attached with details of the shops where the products can be purchased, such as the 1910 poster for the Dutch company Pope: a theatrical, grinning devil admires a light bulb. The advertising poster signed MAGA, pseudonym of Giuseppe Magagnoli, dated September 1920 for 'Vertex Vega' light bulbs, is characterised by bright colours, stylised lines and a dynamic composition. An anthropomorphic bat holds a club and seems angry with the light bulb, but isn't it by circling it that he gets his food? Mario Borrione's 1932 advertising poster for the Turin-based company Radio depicts a stylised, naked, slender female figure emerging from a black oil lamp. A reworking of the Genie of the Lamp symbolises the transition from ancient to modern, technological light: a powerful message of progress and innovation. In 1943, Swiss poster artist Peter Birkhäuser created a poster for Osram with a hyper-realistic design, highly synthetic and easy to interpret, to the point that the slogan was unnecessary. The lines are clean and precise, the colours bright with rich textures. In the 1948 poster, graphic designer Ray Ber, aka Bernard Raymond, created a concise but effective sketch for Philips Super-Arlita: the sun wears a pair of dark glasses to protect itself from the intense glare of the light bulb. The slogan focuses on technological innovation and savings: 'double spiral - more economy'. In communication, one of the best ways to appeal to the average user is to leverage the well-being of children. Bernard Villemot's 1950 poster for Philips depicts three closed windows on a black background to evoke the evening hours, with a child inside the light bulb playing with shadows. However, the central focus of the poster is the slogan: 'Philips. Create better light for your children's health'. This 1952 poster for Osram was designed by British graphic designer Abram



bagliore emanato dalle due lampadine pubblicizzate; quasi tutte le pubblicità rimarkano due importanti concetti: durabilità ed economicità. L'era della candela è terminata come suggerisce un pallido Pierrot che spegne quella che tiene in mano dalla quale si diffonde una sinuosa linea di fumo, mentre fissa ammaliato la luce in dall'alto di una lampadina. Félix Lochard nel 1925 per "Lampade Faust" disegna questo poetico poster, un po' malinconico, proprio come il pallido Pierrot rappresentato. Nel manifesto databile 1926 circa, l'anonimo autore disegna al centro della scena una figura femminile seminuda, avvolta in un drappo rosso, seduta su cuscini, in una posa drammatica ed elegante, quasi teatrale. La donna appare in un gesto, tra adorazione ed estasi, con lo sguardo e le mani rivolti verso la fonte luminosa. Una posa che suggerisce quanto la luce elettrica sia vista quasi come una divinità moderna o una rivelazione. Molto divertente lo *sketch* che Achille Mauzan nel 1926 mette in scena per la nuova Osram: tre fantasmi sbiancano stupiti, meravigliati a bocca aperta davanti al forte bagliore emesso dalla lampadina. Nel manifesto del 1927 della Clen di Novi Ligure, una delle prime fabbriche italiane di lampade, l'autore anonimo colloca al centro di un notturno marino una grande lampadina

sotto/below: (in alto) Philips, B. Villemot 1950; Osram, A. Games, 1952; (in basso) Philips, M. Puppo 1954; Osram Anonimo, 1955 / (top) Philips, B. Villemot 1950; Osram, A. Games, 1952; (bottom) Philips, M. Puppo 1954; Osram Anonymous, 1955

Games, known for his minimalist, symbolic and visually striking work. A large light bulb dominates the composition, with a smiling face and a red eye inside it. The visual message is clear: Osram artificial light is as wonderful as moonlight, but more reliable and modern. Ligurian artist Mario Puppo's 1954 advertisement for Philips shows a young, smiling housewife, recognisable by her apron, amazed by the glow emitted by the light bulb. The slogan at the bottom highlights two basic concepts: quality and savings: 'better light and lower consumption'. When discussing advertising in the 1950s, we cannot fail to mention 'pin-ups'. Osram features a young woman sitting on a light bulb reading a book. Unfortunately, the author of the illustration cannot be identified, as Osram, like many companies at the time, often used in-house graphic designers without crediting the individual artists. Sometimes, these posters were commissioned from graphic design studios or external illustrators and were rarely signed.

Final considerations

The dynamic and lively images featured in advertising posters from the first half of the 20th century are the preferred vehicle for recounting the advent of electricity and the success of the incandescent light bulb; the many posters by Philips and Osram, with their powerful imagery, highlight not only their usefulness but also their symbolic value. Electric light was no longer just a technical achievement, but represented a new cultural era of progress, freedom and emancipation. The posters thus celebrated the triumph of modernity, in which aesthetics, technology and the dream of a brighter future merged into a single powerful image: the light bulb.

dall'intensa luminosità che si riflette sull'acqua, decisamente più evidente di quella lasciata sul mare dalla luna. Nei poster che reclamizzano questa nuova invenzione non troviamo solo aggraziate figure femminili, creature angeliche; non mancano immagini contrastanti quali animali orribili e demoni, un contrasto in termini di illuminazione tra candide luci celestiali e violenti bagliori infernali. Non è raro trovare manifesti stranieri affissi in Italia, a volte con strisce di carta attaccate con le specifiche dei negozi dove è possibile acquistare i prodotti, come quello del 1910 per la ditta olandese Pope: un diavolo istrionico e sghignazzante ammira una lampadina. Il manifesto pubblicitario firmato MAGA, pseudonimo di Giuseppe Magagnoli, datato settembre 1920 per le lampadine “Vertex Vega”, è caratterizzato da colori vivaci, linee stilizzate e una composizione dinamica. Un pipistrello antropomorfo regge una mazza e sembra adirato con la lampadina, ma non è forse girando intorno ad essa che si procura il cibo? Mario Borrione per il manifesto pubblicitario del 1932, realizzato per l'azienda torinese Radio, riproduce una figura femminile stilizzata, nuda e slanciata, che fuoriesce da una lampada ad olio nera. Una rielaborazione del Genio della Lampada, come a simboleggiare il passaggio da una luce antica ad una moderna e tecnologica: un messaggio potente di progresso e innovazione. Il cartellonista svizzero Peter Birkhäuser per Osram crea nel 1943 un poster dal disegno iperrealistico, di grande sintesi e di facile interpretazione, tanto da risultare persino inutile lo slogan. Il tratto è netto, preciso, i colori brillanti dalle ricche texture cromatiche. Nel poster del 1948 il grafico Ray Ber, al secolo Bernard Raymond, propone per la Philips Super-Arlita, uno sketch sintetico, ma efficace: il sole indossa un paio di lenti oscurate per proteggersi dall'intenso bagliore della lampadina. Lo slogan punta sull'innovazione tecnologica e sul risparmio: “doppia spirale - più economia”. Nella comunicazione uno degli argomenti migliori per far presa sull'utente medio, è far leva sul benessere dei figli. Bernard Villemot nel poster per la Philips del 1950 riproduce su un fondo nero tre finestre chiuse, per richiamare le ore serali; disegna quindi un bimbo all'interno della lampadina intento a giocare con le ombre. Nodo centrale del manifesto è però lo slogan che recita: “Philips. Crea una luce migliore per la salute dei vostri bambini”. Questo poster per la Osram del 1952 è del grafico britannico Abram Games, noto per i suoi lavori essenziali, simbolici e di grande impatto visivo. Una grande lampadina domina la composizione, al suo interno la luna, disegnata con un volto sorridente e un occhio rosso. Il messaggio visivo è chiaro: la luce artificiale Osram è tanto meravigliosa quanto quella della luna, ma più affidabile e moderna. Il ligure Mario Puppo per la pubblicità della Philips del 1954 ci presenta una giovane e sorridente massaia, riconoscibile dal grembiule, stupefatta dal bagliore emesso dalla lampadina; lo slogan in basso rimarca due concetti basilari come qualità e risparmio: “miglior luce e minor consumo”. Non possono mancare, parlando delle pubblicità degli anni '50, le “Pin up”; la Osram, propone una giovane donna seduta su una lampadina nell'atto di leggere un libro. Purtroppo, l'autore dell'illustrazione non è identificabile, poiché la Osram, come molte aziende dell'epoca, si avvaleva spesso di grafici interni senza accreditare singolarmente gli artisti. In alcuni casi, questi manifesti venivano commissionati a studi grafici o illustratori esterni e raramente firmati.

Considerazioni finali

Le immagini dinamiche e vivaci proposte nei manifesti pubblicitari della prima metà del Novecento sono il veicolo privilegiato per raccontare l'avvento dell'elettricità e il successo della lampadina a incandescenza; i tanti poster della Philips e della Osram con le potenti suggestioni ne esaltano non solo l'utilità, ma anche il valore simbolico. La luce elettrica non è più solo una conquista tecnica, ma rappresenta una nuova era culturale, fatta di progresso, libertà ed emancipazione. I manifesti celebrano così il trionfo della modernità, in cui l'estetica, la tecnologia e il sogno di un futuro più luminoso si fondono in un'unica potente immagine: la lampadina.

References

- AA.VV. (1995). Bolaffi catalog of Italian posters: Dictionary of illustrators [Catalogo Bolaffi del Manifesto italiano. Dizionario degli illustratori]. Giulio Bolaffi Editore.
- AA.VV. (2010). The Belle Époque of Jules Chéret: From poster to décor [La belle Époque de Jules Chéret. De l'affiche au décor]. BNF.
- Bon Salle, G., & Bon Salle, J. (2015). Embracing an icon: The posters of Bernard Villemot. The Poster Art Library.
- Carnévalé-Mauzan, M. (2001). The poster of Mauzan. Poster Please Inc.
- Devynck, T. (1995). The Art Ménager poster in the 20th century [L'affiche d'Art Ménager au XXe siècle]. France Loisirs.
- Manzato, E. (Ed.). (1983). Posters by A. L. Mauzan from the Salce Collection [Manifesti di A. L. Mauzan della Collezione Salce]. Edizione Canova.
- Manzato, E. (Ed.). (2003). Light on the wire: Light bulbs in the posters from the Salce Collection [La luce sul filo: lampadine nei manifesti della raccolta Salce]. Osram, Unindustria.
- Rennert, J. (2004). Capiello: The poster of Leonetto Capiello. The Poster Art Library.
- Scalzo, M. (2023). Colored walls: Forms and colors of Italy in the posters by Mario Puppo [Muri colorati. Forme e colori dell'Italia nei manifesti di Mario Puppo]. In XVIII Conferenza del Colore, Lecco.
- Sparti, P. (Ed.). (1990). Changing Italy through the Salce poster collection [L'Italia che cambia attraverso i manifesti raccolta Salce]. Artificio.