

Informazioni d'approfondimento / immagini ad alta risoluzione online al sito:  
[www.swmb.museum](http://www.swmb.museum)

#### **Media**

**Login** > Password: **swmb** > **Login**

> Navigazione in basso a sinistra > **Media**

> Esposizioni future / dal 16 aprile 2016 > Esposizione corrente

> **Targhe pubblicitarie di latta e  
smalto d'antan**

## **Targhe pubblicitarie di latta e smalto d'antan**

### **Oggi preziosi oggetti d'arte e di collezionismo**

**16 aprile 2016 – 9 ottobre 2016**

Durante circa mezzo secolo – in un'epoca in cui la pubblicità era ancora concepita per l'eternità – adornavano facciate e pareti. Oggi le targhe pubblicitarie di latta e smalto vivono una seconda vita – non più come vettori pubblicitari, ma come oggetti di collezionismo.

L'esposizione speciale mostra più di 150 di queste splendide insegne risalenti al periodo dal 1890 al 1970 della collezione di Michael Müller, proveniente dalla regione di Basilea. Michael Müller è affascinato dalle targhe pubblicitarie fin dall'infanzia. All'età di 23 anni ha iniziato a collezionare insegne pubblicitarie storiche. Oggi possiede centinaia di questi ambiti oggetti. In tutti questi anni ha raccolto approfondite informazioni sulle singole targhe ed è considerato un esperto di questo particolare ambito del collezionismo.

Le targhe pubblicitarie di latta e smalto hanno contribuito alla scrittura di un capitolo della storia della pubblicità e tramandato alcuni dei migliori progetti della grafica pubblicitaria internazionale. Nella mostra si può ammirare ad esempio il progetto del secolo del grafico basilese Niklaus Stoecklin del 1926 per le pastiglie per la gola *Wybert*. Oppure la classica tra le targhe di smalto svizzere, realizzata da Fritz Bühler e Ruodi Barth, scenografo al teatro di Basilea per le *Union-Briketts* nel 1948, nonché altre opere di illustri grafici del periodo d'oro delle targhe pubblicitarie. Dal 1890 circa e fino al loro tramonto funzionale negli anni 1950, le variopinte insegne smaltate hanno vivacizzato con i loro colori le tette città industriali dell'epoca. I temi della pubblicità erano già allora molteplici: illuminazione, combustibili, caffè, igiene, birra, alcool, tabacco, cioccolato, alimenti e molto altro ancora. Nella pubblicità dei detersivi ha fatto storia la famosa *dama bianca* del Persil della Henkel. Nell'esposizione potrete scoprire ulteriori dettagli e farvi una vostra idea di questa straordinaria insegna pubblicitaria.

#### **La targa smaltata**

La targa smaltata è una targa di lamiera con un rivestimento protettivo di smalto (polvere di vetro fuso). Per le insegne pubblicitarie sono note tecniche di varia complessità, che richiedevano tutte abilità e talento artistico. Nella sagomatura si usavano generalmente per il trasferimento della scrittura o della figura sagome sottili di materiale morbido che poteva essere facilmente tagliato. A tal fine veniva impiegato ottone, alluminio, zinco, stagno e piombo. In seguito a questi materiali si è aggiunta la plastica come materiale durevole e più economico per le sagome. Lo smalto colorato liquido è applicato sulla lamiera con una pistola a spruzzo. La sagoma copre sempre la parte della forma che va conservata, motivo per cui per questa procedura occorrono diverse sagome. Da ciò

risulta una superficie in rilievo. Questo procedimento è eseguito esclusivamente a mano e utilizzato per insegne con soggetti semplici.

Per i motivi più dettagliati si ricorre invece alla serigrafia. Con questa tecnica il soggetto da riprodurre sulla targa pubblicitaria viene fotografato e quindi trasferito su una matrice che poi sarà coperta con lo strato di smalto.

### **La smaltatura**

Il materiale di supporto per la smaltatura delle targhe è la ghisa o la lamiera di ferro con cui è eseguita l'insegna grezza. Le prime targhe in ghisa si riconoscono facilmente per il loro peso. Dal 1890 ca. per la smaltatura delle targhe pubblicitarie si utilizzava lamiera di ferro.

L'esecuzione delle piastre grezze richiedeva una certa abilità e competenza tecnica. Per la lavorazione successiva è necessario che la piastra grezza sia sgrassata e disossidata tramite ricottura. Nel successivo procedimento di decapaggio l'acido ricopre l'intera superficie. La lamiera ottiene così una superficie metallica pura adatta per la smaltatura di fondo. In seguito le lamiere vengono a lungo lavate e neutralizzate in un bagno di soda.

Lo smalto è ottenuto mediante la fusione di diverse materie prime. Quindi la massa è temprata in acqua fredda, presminuzzata e infine macinata. Ora le piastre grezze preparate possono essere rivestite sui due lati con uno strato sottile di smalto di base. Questo smalto ha una composizione diversa dallo smalto coprente. La sua funzione è quella di stabilire un legame di aderenza stabile tra il ferro e lo smalto e di formare uno strato isolante tra il supporto carbonioso e lo smalto coprente. In seguito, sul lato posteriore della targa rimane visibile lo strato di smalto di fondo.

Nelle insegne di ferro è grigio, nelle lamiere d'acciaio grigio-nero.

Ogni produttore aveva formule segrete per la produzione dello smalto. Nell'esecuzione di strati coprenti colorati vengono aggiunti alla miscela di smalto vari ossidi metallici per ottenere l'effetto cromatico desiderato. Per proteggere i delicati colori dello smalto porcellanato, in un'ultima cottura le targhe venivano rivestite con smalto trasparente. Ciò determinava anche una lucentezza incolore che invece non era necessaria per lo smalto opaco. Il produttore di targhe distingue varie modalità di applicazione degli strati di smalto: smaltatura a polvere, a spruzzo e a immersione. La durata media di cottura per lo smalto di fondo su lamiera di ferro oscilla tra 2 e 10 minuti, nella ghisa il processo dura quasi 20 minuti. Dopo la prima cottura, le insegne passano a uno speciale reparto decorazione per la riproduzione delle scritte e delle figure con smalto coprente lucido.

### **La storia delle targhe smaltate come vettori pubblicitari**

Si ritiene che l'inventore delle targhe smaltate a scopi pubblicitari, che ebbero il loro periodo d'oro tra il 1890 e 1960, sia stato Ludwig Stollwerck. Affascinato dalla possibilità di creare una targa durevole e resistente agli agenti atmosferici per la pubblicità esterna, nel 1893 commissionò alla Schulze & Wehrmann a Elberfeld, azienda pioniera di smaltatura industriale per targhe pubblicitarie in Germania, le prime targhe pubblicitarie tedesche. Ben presto, altri grandi produttori di beni di consumo riconobbero l'efficacia del nuovo vettore pubblicitario. Un altro pioniere nell'impiego del nuovo vettore fu Julius Maggi, che affidò la pubblicità per i suoi prodotti sull'intero mercato europeo a siffatte targhe in acciaio prodotte in migliaia di esemplari.

Questa forma di targa si prestava bene anche all'impiego come insegna commerciale o tabella dei prezzi. Alle entrate degli stabili commerciali, spesso con più cortili interni, veniva collocata una

moltitudine di insegne smaltate, chiamate anche *portinai muti*, con il nome delle ditte ivi residenti e indicazione del numero del piano e del cortile.

Talune imprese svilupparono originali strategie di marketing in relazione alle targhe pubblicitarie per i loro prodotti. Un espediente particolare venne escogitato dall'azienda svizzera Galactina (oggi Adapta/Hero) di Belp (BE). All'inizio del XX secolo, questo fabbricante di alimenti per l'infanzia fece produrre un servizio da caffè in porcellana costituito da vari pezzi con stampata l'immagine del bebè testimonial del marchio. Allorquando una levatrice riusciva a convincere una neomamma ad alimentare il neonato con farina con latte Galactina, l'ostetrica riceveva una parte del *servizio per levatrici* in regalo. Il servizio da caffè con il relativo vettore pubblicitario, la targa smaltata, sono esposti nella mostra.

Le targhe smaltate trovarono e trovano altresì largo impiego come targhe di segnalazione e indicatori delle vie e dei numeri civici resistenti agli agenti atmosferici.

Nella pubblicità dei detersivi ha fatto storia la famosa *dama bianca* del Persil della Henkel, un'autentica icona creata da Kurt Heiligenstaedt nel 1922. È considerata la targa più ambita dai collezionisti di insegne ed è anch'essa da ammirare nell'esposizione.

La Seconda guerra mondiale decretò la fine del settore industriale delle targhe smaltate. Nella sola Germania si contavano oltre 300 stabilimenti di smaltatura. Dagli anni 1950, la targa smaltata venne quasi completamente soppiantata dal cartellone e dai manifesti di carta. La sostituzione della targa smaltata come insegna durevole con i nuovi vettori pubblicitari era dovuta anche agli elevati costi di produzione, ma determinanti furono i cambiamenti strutturali e l'accelerazione dei consumi in mercati sempre più febbrili. A ciò vanno aggiunti la radio e la televisione, la durata più breve dei prodotti e la rapida sostituzione di confezioni e modelli.

### **La targa smaltata come vettore pubblicitario**

Dal punto di vista della tecnica pubblicitaria, una targa smaltata è un affisso durevole che, per ottenere l'effetto pubblicitario desiderato, dev'essere particolarmente appariscente e anche piacevole. Una buona targa si distingue per la chiarezza della scritta e dell'immagine e per il testo contenuto. Spesso è sufficiente un breve ma efficace slogan, oppure solo il nome dell'articolo reclamizzato o del produttore.

I costi di produzione per le targhe smaltate come vettori pubblicitari erano, per quel tempo, assai elevati, cosicché venivano impiegate solo dalle grandi marche come Maggi, Dr. Oetker (Cameo), Persil, ecc. I costi per le insegne pubblicitarie più semplici con la sola scritta erano naturalmente più contenuti, ma tali insegne erano meno efficaci rispetto alle targhe smaltate variopinte con soggetti vistosi.

Attorno al 1895, nell'area germanofona la pubblicità era ancora allo stadio iniziale del suo sviluppo grafico e le raffigurazioni si limitavano a ritratti naturalistici di bambini o bellezze femminili e rappresentazioni dei prodotti reclamizzati. Ma anche queste rappresentazioni sono caratterizzate da una straordinaria precisione nei dettagli e una scrupolosa fedeltà di riproduzione dell'originale. In qualche caso si potevano leggere perfino le scritte delle etichette riprodotte.

Le targhe smaltate non si differenziano solo per quanto concerne il processo di produzione ma anche per la loro forma ed esecuzione. Il loro profilo può essere piatto, smussato o bombato, il bordo incurvato o nervato. Solitamente le targhe erano di forma rettangolare, dato che le insegne

ovali o tonde erano più difficili da produrre. Per questo motivo la percentuale di targhe di forma rotonda, ovale o insolita è molto bassa.

Talvolta la presenza di targhe pubblicitarie smaltate nei vani commerciali e sui muri dei negozi era talmente invadente che le targhe si oscuravano a vicenda. Questo eccesso pubblicitario venne stigmatizzato da più parti, ma i rappresentanti e i titolari dei negozi continuavano ad aggiungere, per motivi di prestigio o per adempiere a obblighi contrattuali, nuove targhe. Varie autorità e gruppi d'interesse cercarono di porre dei limiti mentre d'altra parte le società pubblicitarie agivano in senso opposto. È stato un lungo tira e molla. Nei primi anni del XX secolo la proliferazione della pubblicità venne definita *peste di latta*; oggi le targhe smaltate ben conservate sono rarità assai ricercate.

La targa di smalto presenta numerosi vantaggi, tant'è vero che seppe mantenersi a lungo come popolare vettore pubblicitario. Da un lato è molto resistente agli agenti atmosferici e anche in seguito all'esposizione a raggi UV non perde in colore e lucentezza. D'altro lato non si graffia facilmente, è facile da pulire e richiede una manutenzione minima. Anche la compatibilità ambientale e la riciclabilità sono argomenti a favore dell'impiego di questo mezzo pubblicitario vivace e seducente.

Fin dalla seconda metà del XIX secolo, i pochi grandi articoli di marca dell'epoca avevano l'obiettivo di sviluppare presso i consumatori una spiccata *consapevolezza del marchio*. A tutt'oggi sono sopravvissuti quasi solo aziende e prodotti che fin dall'inizio hanno puntato unicamente su tale concetto, come per esempio Coca-Cola, Nestlé, Suchard o Maggi. I produttori miravano in primo luogo a una diffusione ubiquitaria dei loro prodotti aumentandone così il grado di notorietà. Le targhe pubblicitarie erano uno dei mezzi per il conseguimento di quest'obiettivo.

### **Arte e pubblicità**

All'inizio del XX secolo, quando ancora imperversava la *peste di latta*, molte aziende individuarono nuove opportunità di diffusione efficace delle loro targhe e degli affissi pubblicitari in una maggiore ricercatezza formale e un maggiore impegno artistico nella loro realizzazione, per un colpo d'occhio più attraente o sorprendente. Una targa pubblicitaria con una grafica interessante, per esempio con motivi esotici, piaceva al pubblico e permetteva di incrementare rapidamente le cifre di vendita del prodotto in questione. Un crescente numero di aziende in Germania, Svizzera e Austria puntavano su una pubblicità eccentrica o di qualità, tant'è vero che le agenzie pubblicitarie affidavano spesso la progettazione delle targhe pubblicitarie a pittori o grafici famosi.

Tra i più conosciuti artisti elvetici creatori di manifesti si annoverano Niklaus Stoecklin e Herbert Leupin. La targa pubblicitaria creata nel 1926 dal grafico basilese Niklaus Stoecklin per le pastiglie per la gola *Gaba/Wybert* è considerata il suo progetto del secolo. Per tutta la sua vita ha utilizzato unicamente il carattere Sütterlin. Negli anni 1940 Herbert Leupin creò la nota targa pubblicitaria della Pepita con il pappagallo variopinto. Entrambe le insegne sono esposte nella mostra.

L'opera più famosa di Kurt Heiligenstaedt, un artista tedesco creatore di manifesti, grafico pubblicitario e caricaturista, è la targa Persil della *dama bianca*. Sono caratteristiche di quest'artista i disegni umoristici con un tratto elegante. Naturalmente quest'icona della pubblicità non poteva mancare nell'esposizione.

A dipendenza dell'epoca, la realizzazione grafica dei motivi e delle scritte si ispirava a stili come l'arte floreale, il Bauhaus o l'art déco. Allo stesso tempo, la pubblicità doveva anche risultare

vistosa. I cartelloni di grande formato, collocati ad esempio lungo le linee ferroviarie, erano spesso ridotti all'essenziale. La marca o il messaggio concernente il prodotto dovevano essere colti e riconosciuti al volo al passaggio del treno.

### **Michael Müller, intenditore e collezionista**

Michael Müller non è più solo un appassionato collezionista di vecchie targhe pubblicitarie, ma anche un esperto riconosciuto in materia. Vive tra le sue amate targhe e insegne che decorano tutto l'appartamento. In esclusiva per questa esposizione speciale si è momentaneamente privato dei suoi tesori.

La sua passione di collezionista risale a un avvenimento chiave che gli capitò all'età di cinque anni. Suo padre, un giorno in cui doveva esibirsi come musicista in un'osteria del suo paese d'origine, Waldsassen in Baviera, lo portò con sé. Il ragazzino con le sue braghe corte di cuoio si era seduto in un angolino e ascoltava la musica. L'ambiente era allegro. Di fronte a lui gli sorrideva un monaco che reggeva in mano un boccale di spumeggiante birra con la scritta *Mönchshof-Bräu* sullo zoccolo. Questa figura pubblicitaria del birrificio Brauerei Kulmbach incarna per Michael Müller una parte della sua giovinezza e gli evoca l'impressione di un mondo integro.

Durante l'apprendistato di disegnatore edile ebbe il primo contatto concreto con vecchie targhe pubblicitarie. Lo studio d'architettura si trovava nello stesso edificio di un negozietto di quartiere. In soffitta il giovane Müller scoprì un grande deposito di vecchie targhe pubblicitarie che poté acquistare e che formarono la base dell'ampia collezione attuale. Oggi scova nuovi tesori nei mercatini delle pulci e presso altri collezionisti, ma anche tramite contatti in internet.

Le premesse per destare l'interesse di Michael Müller per una targa pubblicitaria sono oggi tematiche particolari, esecuzioni speciali, grafici interessanti o storie insolite. In ogni caso è ancora alla ricerca. Michael Müller è sempre disponibile per valutare insegne pubblicitarie e, se del caso, acquistarle. Le richieste possono essere indirizzate direttamente a [mijomueller@bluewin.ch](mailto:mijomueller@bluewin.ch). Chi lo sa, magari nelle soffitte languiscono ancora tesori sconosciuti.

### **Targhe smaltate come oggetti di collezionismo**

Oggi le targhe smaltate sono oggetti di collezionismo molto ricercati. Tra i collezionisti godono di particolare favore le targhe che per motivi tecnici di fabbricazione presentano una forma bombata. Ciò sottolinea ulteriormente la tridimensionalità che già risulta dai diversi processi di cottura dei colori applicati di seguito. Altre targhe smaltate sono piatte o hanno un bordo ripiegato largo circa un centimetro che dovrebbe assicurare una maggiore stabilità in particolare alle insegne di grande formato.

Una forma particolare di targa smaltata è la targhetta per la porta che spesso è una riproduzione in piccolo formato della targa grande. Veniva impiegata per l'applicazione alla porta d'entrata o al banco del negozio, per così dire come promemoria per non dimenticare di acquistare il prodotto reclamizzato durante la spesa. Queste miniature hanno registrato negli ultimi anni un sensibile aumento del loro valore collezionistico.

Il valore di una targa smaltata dipende dalla tecnica di fabbricazione, dallo stato di conservazione, dalla rarità, dall'età, dal soggetto e dal prodotto pubblicizzato. Sono ricercati soprattutto i nomi ancora oggi conosciuti.

Uno dei fattori determinanti è sicuramente il grado di conservazione. Una targa smaltata in buono stato di conservazione può valere parecchie migliaia di franchi, mentre la stessa targa in pessimo stato non vale più di cinquanta franchi. Lo stato di una targa di smalto è valutato in base alla seguente classificazione: conservazione perfetta, piccoli danni ai fori delle viti o ai bordi, notevoli danni ai bordi o agli angoli, piccoli singoli danni all'interno, numerosi danni all'interno, targa opaca o con colori sbiaditi, gravi danni con ripercussioni negative sull'aspetto generale, la targa necessita di un restauro importante.

Le targhe più pregiate vengono attualmente trattate dalle grandi case d'asta come oggetti d'arte e raggiungono talvolta offerte a cinque cifre.

## **Facts & Figures**

Orari d'apertura

Museo e Negozio, da martedì a domenica dalle 10 alle 18

Museo e Negozio, in dicembre, ogni giorno dalle 10 alle 18

Ristorante La Sosta, ogni giorno dalle 10 alle 18

Per lo Spielzeug Welten Museum Basel sono validi il Passaporto Musei Svizzeri e il Museums-PASS.

Ingresso.

CHF 7.-/5.-

Bambini fino a 16 anni ingresso libero e solo se accompagnati da un adulto.

Nessun supplemento per l'esposizione speciale.

Tutto l'edificio è accessibile con sedie a rotelle.

## **Contatto media**

Altre informazioni presso:

**Laura Sinanovitch**

**Direttrice/curatrice**

**Spielzeug Welten Museum Basel**

Steinenvorstadt 1

CH-4051 Basel

Telefono +41 (0)61 225 95 95

[sina@swm-basel.ch](mailto:sina@swm-basel.ch)

[www.swmb.museum](http://www.swmb.museum)

Informazioni d'approfondimento / immagini ad alta risoluzione online al sito:

[www.swmb.museum](http://www.swmb.museum)

**Media**

**Login** > Password: **swmb** > **Login**

> Navigazione in basso a sinistra > **Media**

> Esposizioni future / dal 16 aprile 2016 > Esposizione corrente

> **Targhe pubblicitarie di latta e  
smalto d'antan**