

Questo sito utilizza cookie, anche di terze parti, a scopi pubblicitari e per migliorare servizi ed esperienza dei lettori. Per maggiori informazioni o negare il consenso, leggi l'informativa estesa. Se decidi di continuare la navigazione consideriamo che accetti il loro uso. [Ok](#) [Informativa estesa](#)

# Lifestyle

ANSA.it

Cerca in Ansa Lifestyle

cerca

Moda | People | Lusso | Beauty | Passioni | Kids | In Cartellone | Società

Arte | Libri | Film | Musica | Foto | Video

## Calendarietti e reclame, quell'arte in tasca

**Profumati, in omaggio dal barbiere, erano un classico negli anni Venti, ora una mostra a Modena**

Indietro | Stampa | [G+](#) | [Consiglia 0](#)



(di **Patrizia Vacalebri**)- Un tempo, a partire dagli anni Venti, gli uomini che frequentavano il barbiere, ricevevano in omaggio dei piccoli calendarietti profumati, tascabili, a volte realizzati da importanti illustratori. Questi deliziosi 12 mesi, assieme a quella che veniva definita negli anni Ruggenti, reclame, e ad altre opere grafiche, saranno protagonisti della mostra "L'arte in tasca - Calendarietti, réclame e grafica 1920-1940, in programma dal prossimo 15 settembre al 18 febbraio 2018 al Museo della Figurina di Modena, Palazzo Santa Margherita. La mostra, a cura di Giacomo Lanzilotta, approfondisce una forma d'arte molto diffusa in quel ventennio che intercorre tra le due guerre mondiali e che vede anche la nascita dell'Art Déco: i **calendari da tasca**, i cosiddetti calendarietti del barbiere, rappresentati in mostra da 80 esemplari per un totale di oltre 300 immagini, sono accanto ai prodotti affini a quel mondo, reclame, etichette, confezioni di profumi, cosmetici e oggetti rari come un curioso apparecchio spazza-profumo a monete degli anni Trenta, in un percorso espositivo suddiviso per tematiche (dalla profumeria alla seduzione fino al fascino dell'Oriente, passando per letteratura e spettacolo) e illustratori.

La mostra è prodotta in occasione del FestivalFilosofia 2017, dedicato quest'anno alle Arti, dal Museo della Figurina. Nella prima metà del Novecento i calendarietti condividono con le figurine il piccolo formato, le tecniche di stampa, la serialità, la vocazione a diventare oggetti da collezione e soprattutto il fatto di veicolare messaggi pubblicitari, funzione che in seguito le figurine perderanno. Specchio dei gusti, delle tecniche pubblicitarie e dei consumi del secolo scorso, i **calendarietti** rappresentano documenti preziosi anche dal punto di vista della storia della grafica e dell'arte, poiché disegnati e firmati anche da noti artisti, altra cosa che li distingue dalle figurine, i cui autori sono spesso ignoti. Quella tra il 1920 e il 1940 è la loro stagione più felice e la micrografica sia per l'apporto d'illustratori di grande richiamo, da Codognato a De Bellis, da Carboni a Romoli, solo per

## Speciali ed Eventi

**Beauty: Cosmoprof North America celebra 15 anni**  
A Las Vegas 9-11 luglio format BolognaFiere numero 1 nel mondo



**'La pubblicità con la P maiuscola', Pirelli e la creatività**  
Volume ripercorre con 800 immagini storia da anni '70 a Duemila



**Lavazza porta il Museo Egizio in Russia, mostra all'Ermitage**  
Inaugurata a San Pietroburgo 'Nefertari e la Valle delle Regine'



[vai alla rubrica >>](#)

## Più lette

**1** **PEOPLE** | 22 Agosto 2017  
Leonardo DiCaprio, si chiama Lorena la nuova fiamma /VIDEO  
Tedesca, modella, bellissima as usual

**2** **PASSIONI** | 23 Agosto 2017  
Cibi dell'infanzia, ecco la top 5 del food che ci consola  
I Millennial li adorano, fanno tornare subito bambini

**3** **FOTO** | 26 Agosto 2017  
Lady Diana. La sua favola triste in 40 foto  
Dal fidanzamento con il principe Carlo ai funerali che fermarono Londra

## Press Release

**Cortonantiquaria, al via l'edizione numero 55: parlano gli antiquari**  
Pagine SII SpA



**Francesca Basanieri, sindaco di Cortona, presenta Cortonantiquaria**  
Pagine SII SpA



fare qualche nome, sia per lo stile di cui erano significativi testimoni.

Quei prodotti rappresentavano il risultato di un'**estetica nuova**, ricca di fascino, che presto si definì come l'imperante gusto déco. Un linguaggio figurativo fondato su una ricercata armonia geometrica, ridondante di motivi ritmici quali scacchiere, cerchi concentrici, linee segmentate onnipresenti nella decorazione di costumi e arredi, dove le storie erano spesso rappresentate in ambientazioni da sogno, tra profusioni d'oro e argento che ne ornavano le pagine.

Profumato con qualche essenza spesso reclamizzata all'interno, nel suo formato più diffuso il piccolo almanacco si presentava in forma di libretto di dodici o sedici facciate. Ciò che poi lo ha fatto diventare un genere artistico autonomo degno di rilevanza e oggetto di collezionismo, sono stati i suoi contenuti, le incantevoli pagine a colori finemente illustrate in cui i mesi del calendario campeggiavano all'interno di una tematica: la bellezza delle dive del cinema, le avventure d'amore lette nei libri o viste a teatro, gli eroi e i grandi personaggi della storia, il fascino dei lontani paesi esotici, e tutto ciò che poteva offrire innocenti evasioni della fantasia, ispirate dalle immagini seducenti e dalle fragranze che quelle pagine emanavano. Ma è stato il mondo della bellezza e dei profumi il tema dominante che ha influito sulla fortuna dei calendarietti tascabili, la loro profumazione e le correlate réclame delle diverse case produttrici è stato infatti uno dei fattori più importanti per la loro popolarità permettendo a quei piccoli foglietti illustrati di fungere da veicolo pubblicitari nelle tasche d'interesse generazioni. Il catalogo (Franco Cosimo Panini) ha testi del curatore Giacomo Lanzilotta e di Maurizio De Paoli

Torna Cortonantiquaria, la più antica mostra di antiquariato d'Italia

Pagine SII SpA



Vasco Rossi testimonial d'eccezione per la nuova linea di occhiali Locman

Pagine SII SpA



[vai alla rubrica >>](#)