

Labelle

etichette attraverso i secoli

parte terza

TEXT Luciano Marrucci

A partire dall'inizio del secolo scorso si afferma un nuovo processo di stampa che consente di presentare un cartellino che consocia i caratteri tipografici con il colore: la quadricomia. Qui il clichet sostituisce la pietra. Attraverso 4 o 5 impressioni tipografiche si ottengono impasti di colori che conferiscono all'etichetta uno smagliante aspetto.

L'etichetta moderna: rèclame di un prodotto commerciale

L'etichette di questo periodo si riconoscono dalle piccole sbavature dei diversi inchiostri e ancora da leggeri rilievi prodotti da taccheggio. Il taccheggio, usato dai maestri tipografi, era un rilievo cartaceo che l'artigiano creava per dare evidenza alle scritte presenti nel cartellino. Il risultato di questi prodotti è ancora eccellente. Con l'avvento dell'offset si introduce un procedimento più sbrigativo; ma non si tratta più di stampa diretta. Tra le etichette dei periodi precedenti e quelle attuali, spesso c'è la differenza che esiste tra un quadro ad olio e un semplice acquerello. Per questo molti produttori richiedono una stampa diretta che compor-



ta costi più elevati ma risultati veramente soddisfacenti. Le grandi Case produttrici di liquori preferiscono riproporre l'immagine originaria, quella stessa che compariva fin dall'inizio, e in tal modo intendono insinuare il prestigio legato all'antichità del loro prodotto. La stampa, accurata e arricchita spesso da rilievi in oro, conferisce ai loro brandy un aspetto superbo e avvincente.

Un collezionismo in espansione

La passione per il cartaceo non poteva ignorare l'etichetta come prodotto pubblicitario



e documento di costume e società. Già alla fine del 800 gli acquirenti di vini e di liquori potevano assicurarsi delle figurine, presentate nella versione di etichetta. Risulta che in questo periodo si accese un forte interesse collezionistico verso le chromos che ditte produttrici di carne, di cioccolato e di bevande donavano come offerta aggiuntiva a chi acquistava questi prodotti. A partire dalla seconda metà del secolo scorso si moltiplicano i collezionisti di etichette, di vini e di liquori. La ripartizione di questa folta schiera è operata con questi criteri: collezionisti di etichette di liquore, collezionisti di etichet-



te di vini; collezionisti di etichette antiche (a partire dal 700 fino alla prima metà del 900), collezionisti di etichette moderne (a partire degli anni '50 fino ai nostri giorni). In molti casi le etichette venivano prelevate direttamente dalle superfici delle bottiglie (la bottiglia veniva in precedenza immersa in acqua calda); ma questo procedimento sottoponeva l'etichetta stessa ad uno stress che incideva sul risultato finale. Per questa ragione l'interesse va per le cosiddette etichette "vergini", cioè mai attaccate. Molte case vinicole provvedono a stampare in surplus un certo quantitativo di etichette destinate a venire incontro alle richieste dei collezionisti. Questo accorgimento consente al produttore di attuare un'operazione pubblicitaria che restituisce un conto positivo in quanto l'etichetta inserita nell'album del collezionista fa pubblicità a basso costo.

1. cm 12,5 x 10. Superbo esemplare di etichetta.

La rappresentazione di Venezia è espressa magistralmente attraverso il fondo della città e l'emblema del leone di San Marco

2. cm 12 x 9. Creola tra palme e vitigni

3. cm 12 x 9. Porto francese

In queste ultime due etichette è evidenziato il gusto per l'esotico di cui si è fatto interprete lo scrittore francese Pierre Loti.

www.old-labels.com