

LA CERAMICA PUBBLICITARIA



Nei primi anni del Novecento si affermò la moda di utilizzare oggetti di ceramica per promuovere vari prodotti, maggiormente quelli dell'industria dolciaria, dei liquori ed alimentare in genere. La diffusione di questa nuova forma di pubblicità si doveva principalmente al costo più basso rispetto a quello di altre forme di réclame e che aveva anche una notevole capacità di attirare l'attenzione e rendere più accattivante il prodotto che grazie a questa nuova veste non era più soltanto un liquore o un dolce da consumare, ma diventava anche un oggetto da regalo, da conservare, da tenere in bella evidenza, da collezionare e non era perciò soltanto un contenitore da buttar via dopo averne consumato il contenuto.

Questa moda dagli inizi del secolo si diffuse essenzialmente fino agli anni Settanta quando fu quasi del tutto abbandonata, forse tranne che per i posa-cenere che subirono un declino soltanto più avanti dovuto anche all'utilizzo di materiali diversi dalla ceramica. Alcune aziende anche adesso propongono questi gadget che però oggi non riescono più a suscitare il fascino e l'interesse di allora sia perché i gusti di oggi sono cambiati ma anche perché non sono più una novità.

Anche l'Abruzzo fu coinvolto da questa moda e ci furono diverse aziende locali che utilizzarono questo veicolo pubblicitario affidandone la realizzazione sia ad alcune note manifatture nazionali, ma anche a qualche manifattura locale cosa questa che ebbe anche il merito di contribuire a risollevare i certamente non floridi ricavi di queste aziende.

Pescara e Chieti furono le località che, forse più delle altre nella regione, contribuirono alla diffusione di questa forma pubblicitaria. In quel periodo specialmente la città adriatica era in piena evoluzione demografica con un notevole fermento industriale favorito anche dalla creazione della nuova provincia e dalla presenza sul territorio di aziende dolciarie, alimentari e distillerie di una certa importanza, attività queste che, come già detto, più delle altre si servirono di questi veicoli pubblicitari.

Gli oggetti esposti in questa mostra naturalmente sono frutto di una selezione. Sono state fatte delle scelte decidendo di esporre soltanto i pezzi più caratterizzanti, rappresentativi, emozionanti ed identitari non potendo, anche per motivi di spazio, esporre una più ampia documentazione anche di aziende che non sono qui rappresentate pur avendo utilizzato questa forma pubblicitaria.