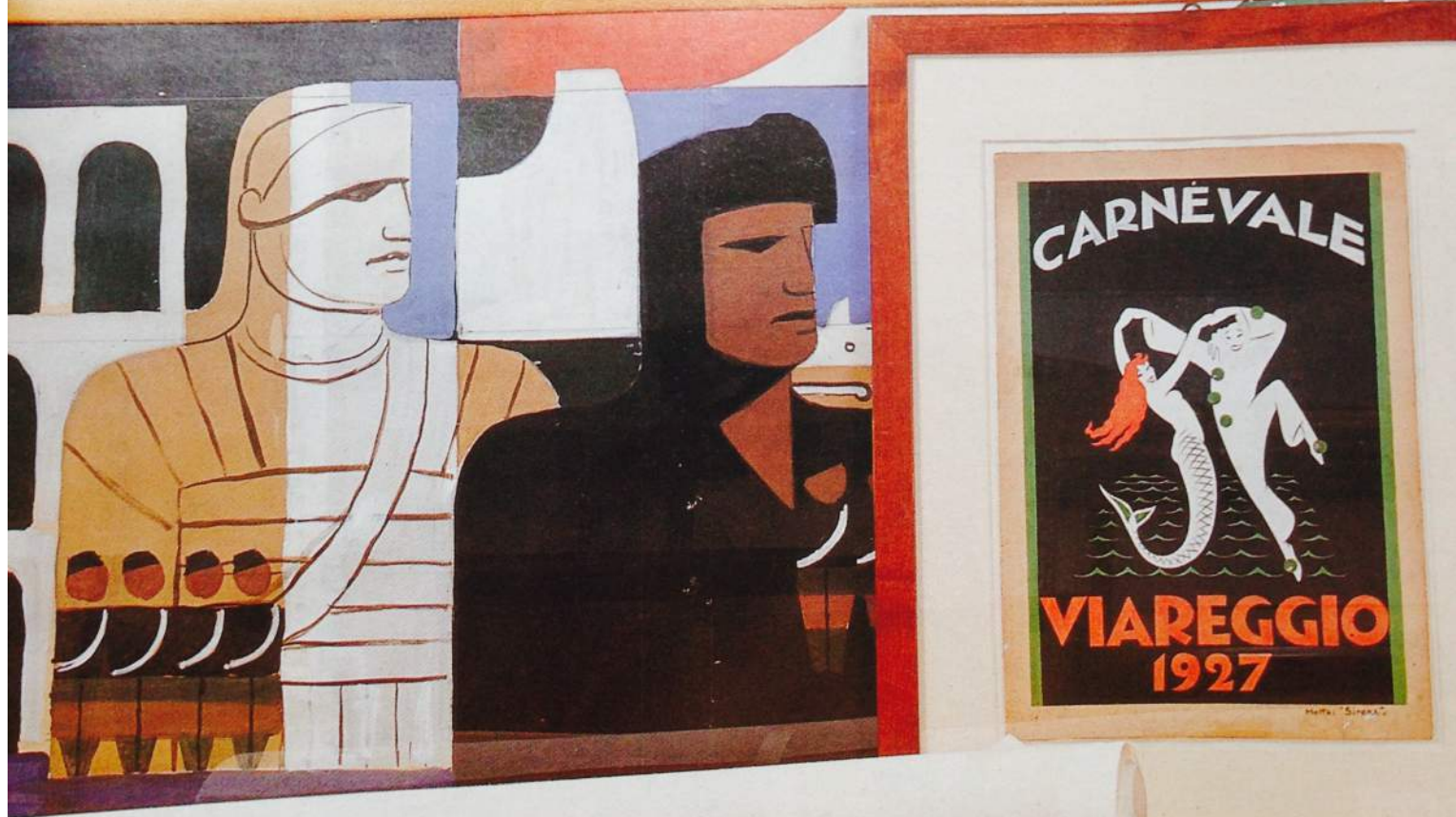


MANIFESTO interesse

Nascono per fare pubblicità. Le firmano i grandi come Fortunato Depero, Lucio Fontana e Marcello Dudovich. E così diventano una forma d'arte, dal valore in crescita costante. Le affiche pubblicitarie sono sempre più rare e ricercate. Ecco dove trovarle, in galleria o all'asta

DI MARINA MOJANA - FOTO DI SANDRO MICHAELLES

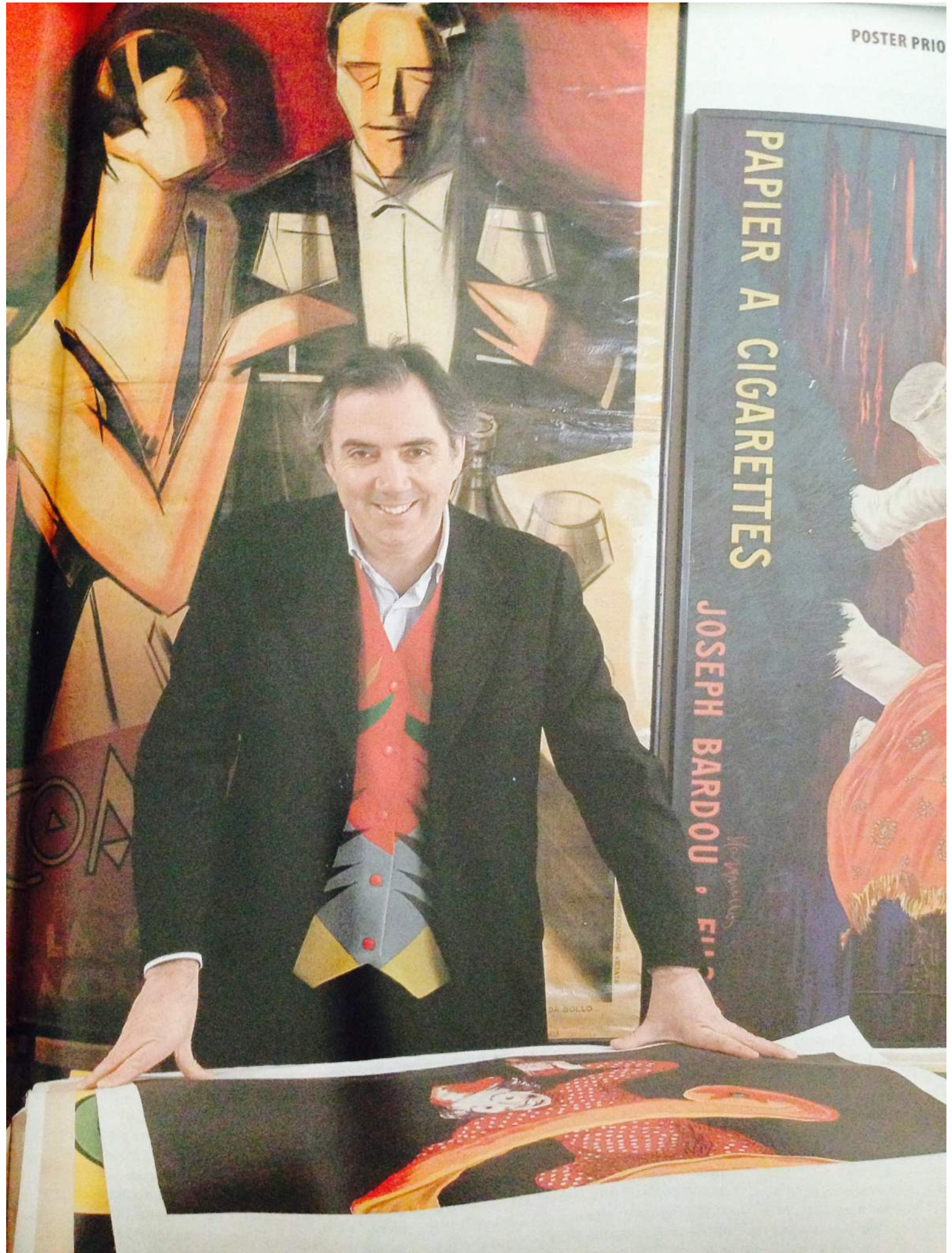


Massimo Cirulli, classe 1957, con alcuni esemplari della sua collezione, che conta circa 3.500 manifesti del '900. Dietro di lui, un bozzetto dell'artista futurista Ram per un cartellone.

POSTER PRIO

PAPIER A CIGARETTES

JOSEPH BARDOU • FINE



POSTER PRIORITARIO



Qui sopra, da sinistra: un'opera di Dudovich degli anni Dieci; una prova d'autore di Depero (tra i più quotati); un altro Dudovich; un Fontana del '36, realizzato prima della stagione dei famosi «tagli».



Qui sopra, da sinistra: manifesti pubblicitari firmati da Leonetto Cappiello, Aldo Mazza, Roberto Aloi e Romano. Veri esemplari da museo, che sul mercato sono destinati a una rivalutazione continua.

È L'UNICA FORMA D'ARTE CHE NON CONOSCE RIBASSI e, se l'esemplare acquistato è un pezzo da museo, il suo valore commerciale ha una rivalutazione annua reale dal 10 al 30%, se non di più. Massimo Cirulli, bolognese, classe 1957, parla a ragion veduta. Dai primi anni 80 a oggi ha raccolto circa 3.500 manifesti originali del XX secolo, firmati dai maggiori interpreti di questa espressione d'arte e di comunicazione tipica del '900, l'unica al riparo dai falsi (perché ha costi di contraffazione troppo alti), tra le poche a battere l'inflazione e forse la sola a essere ormai un classico del collezionismo negli Stati Uniti. Dove fa bella mostra di sé nelle ville di star del cinema come l'attore Sylvester Stallone e il regista Martin Scorsese o di vecchie glorie del tennis come Ivan Lendl e John McEnroe. Uno sportivo che, tra l'altro, appesa la racchetta al chiodo, si è dedicato all'arte a tempo pieno, aprendo una galleria a New York. Un passato nell'alta finanza americana nello studio di consulenza D. Grosser e associati, Massimo Cirulli racconta che la sua passione per il

cartellone pubblicitario d'autore è nata per strada. La folgorazione lo colpisce davanti al Moma di New York nei primi anni 80: in programma c'è una mostra di manifesti russi e sovietici realizzati dai protagonisti dell'avanguardia costruttivista e suprematista. Oggi, insieme alla moglie Sonia, Cirulli possiede un archivio di manifesti, bozzetti, libri, cataloghi e fotografie così fornito da essere un basilare punto di partenza per chiunque desideri allestire mostre sulla storia italiana del '900: l'ultima, in ordine di tempo, è *Bibendum*, in programma fino al 7 settembre nella casa natale di Benito Mussolini a Predappio. Un'apologia del buon bere e della convivialità attorno a un bicchiere raccontata appunto attraverso la pubblicità, con opere di Fortunato Depero e di Marcello Dudovich. Oggetto popolare dalla fine del XIX secolo grazie all'invenzione della litografia a colori, il manifesto inizia a imporsi come forma d'arte gra-

zie al talento di tre geni assoluti: il tipografo cecoslovacco Aloys Senefelder, che nel 1793 inventa la stampa su matrice di pietra (litografia); il francese Brisset, che nel 1833 realizza il torchio litografico a stella per tirare stampe in esemplari di grandi dimensioni; il tedesco Engelmann, che nel 1856 mette a punto la stampa tipografica a colori. Ma le innovazioni della tecnica non sarebbero bastate, da sole, a far decollare l'uso del manifesto se a esse non avessero fatto ricorso due estrosi artisti francesi come Henri de Toulouse-Lautrec ed Emile Bonnard, autori dei cartelloni pubblicitari che ai primi del '900 iniziano a ricoprire i muri di Parigi. A quel tempo, però, i collezionisti sono veramente pochi: le aziende che li commissionano li bruciano dopo la campagna di affissione per liberare i magazzino, mentre gli stampatori li buttano direttamente nelle discariche. Così i poster, inizialmente prodotti in migliaia di esemplari, diver-

L'affiche ha
sostituito la pittura
da quando
questa si è scollata
dalla realtà