

DALLA «BELLE EPOQUE» ALLA FINE DEL XX° SECOLO

Acqui Terme: «affiches» e cartellonistica

di CARLO SBURLATI

AD ACQUI Terme non scendono più a «passare le acque», a «fare i fanghi», a disputarsi i favori di diafane contessine o di effervescenti regine del *café-chantant*, monumenti della *Belle Époque* come Federico Caprilli, Giacomo Puccini, Gabriele D'Annunzio o Emanuele Briccherasio né, dopo la fine della prima guerra mondiale, Umberto di Savoia col suo aristocratico *entourage*, Josephine Baker coi suoi inguaribili adoratori, ministri, *attaché*, diplomatici ed ambasciatori di mezza Europa, raffinati intellettuali, artisti, gerarchi o frondisti del regime fascista come Margherita Sarfatti, Mario Sironi, Curzio Malaparte, Mino Maccari, Dino Grandi, Pietro Badoglio, Luisa Baccara, Arturo Martini, Marcello Piacentini e nemmeno Amedeo Nazzari, Luisa Ferida, Osvaldo Valenti, Alida Valli, Carlo Dapporto, Wanda Osiris o altri divi e *tombeurs de femmes* che negli anni venti e trenta facevano sognare ed impazzire mezza Italia. Al turismo ed al termalismo d'*élite* si è andato sempre più sostituendo, specialmente negli ultimi settant'anni, un termalismo riabilitativo e sociale, un turismo culturale, ambientale ed enogastronomico, che certo non possono riportare Acqui, una delle indiscusse capitali delle *Villes d'eaux* internazionali a fine '800 ed in epoca fascista, ai fastigi ed allo *charme* di ottant'anni fa, anche se la clientela curiosa, ricca e cosmopolita trova ancor oggi la sua adeguata sistemazione in un complesso ricettivo di alberghi a quattro stelle, affascinanti, evocativi, alcuni dal gusto *retro* ed in sofisticate «SPA», come la fumigante «Lago delle Sorgenti», nel quartiere delle Vecchie Terme.

Il primo manifesto che porta in tutta Europa il nome di Acqui e delle sue Terme è una grande *affiche* in perfetto *Jugendstil*, sia per la parte grafica che artistica, di inizio novecento con la celebre fontana della Bollente fra due alberelli fioriti, con sopra la scritta latina *Vī e Vita*.

Una certa nostalgia suscita, avendo Acqui l'orgoglio di una piccola capitale, che onora, valorizza e difende una bimillennaria storia ed un grande passato, la locandina litografica di fine ottocento, che illustra gli oltre cinquanta Paesi e città che facevano parte in epoca napoleonica e sabauda della vecchia provincia di Acqui, con delineati gli archi dell'Acquedotto Romano e molti simboli della sua eccellente e rinomata enogastronomia. Di un grazioso *Art Nouveau* è l'acquerello della locandina dell'Esposizione di Acqui di Industria, Igiene ed Alimentazione del giugno-luglio 1907, usato per realizzare i raffinati diplomi da consegnare ai migliori Espositori, cui andavano altresì medaglie d'oro, d'argento e di bronzo. Rimpianto suscitano le etichette *liberty* e *déco* dei grandi alberghi termali di Acqui, da applicare su valigie e bauli di chi si metteva in viaggio per raggiungere una delle più internazionali e mondane stazioni di soggiorno della vecchia Europa. Significativi del respiro elegante e del richiamo delle vacanze acquesi in epoca fascista sono alcuni cartoncini, locandine e cartoline in cromolitografia in francese, inglese e tedesco. Degno di un mago della comunicazione è quello con la cartina dell'Europa e dell'intero Mediterraneo con i vari percorsi marittimi, ferroviari e stradali e la dizione «*All road lead to Acqui (Italy). 27 hours from London*». Per restare nella cartellonistica fra l'*Arts and Crafts* ed il *déco*, raffinati i manifesti e le locandine di alcuni celebri marchi acquesi di inizio novecento, come il *cognac* di *Gio. Baralis & Figli*, con un bevitore in monocolo che sorseggia in salotto quel celebre distillato o l'Acquavite Moscato uso *Cognac della Premiata Distilleria Reimandi*, con un signore coi baffi, che degusta beato quel liquore di alta gradazione. Stampati dalla *Sten* di Torino nel 1927 sono il manifesto litografico e la locandina, firmati da «Lupa» (Luigi Paradisi),



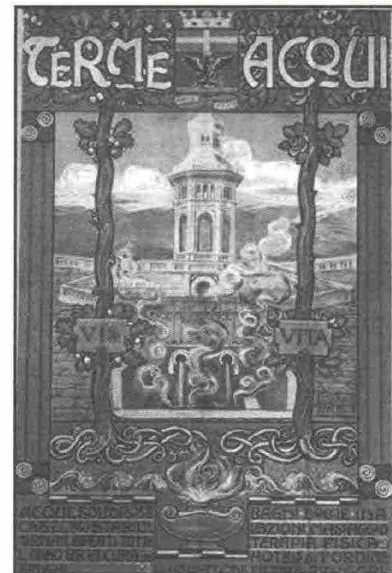
con la onnipresente Bollente fra alti vapori, gli Archi Romani e la scritta «Terme di Acqui, aperte tutto l'anno». La definitiva consacrazione internazionale dell'eccellenza del turismo e del termalismo ad Acqui si avrà con la grande piscina natatoria di acqua termale, lunga 123 metri e larga 60, la più grande in assoluto d'Europa, dotata di trampolini per tuffi da 5 e 10 metri, inaugurata ufficialmente il 12 giugno 1932, con spettacolari festeggiamenti sportivi e modani. Fotografi e cineoperatori di vari cinegiornali mondiali e gli inviati speciali di grandi quotidiani italiani ed europei scriveranno ammirati che, non soltanto a Milano e Torino o all'allora erigendo Foro Italico a Roma, ma neanche a Parigi, Berlino e Londra, si poteva trovare una struttura di quelle dimensioni, così all'avanguardia, dotata di tutte le attrezzature più moderne, eleganti e raffinate.

Ad entrare nella storia della grafica e del collezionismo saranno tre affiche, realizzate da un allora giovane Filippo Romoli (1901-1969), stampate dalla Barabino & Greve. Il primo di questi tre capolavori dell'estetica *déco* è del 1932, non firmato, e reca in alto la scritta «Acqui Terme, la più grande piscina d'Europa», con bagnanti che si tuffano dai trampolini, sullo sfondo l'inconfondibile profilo della casa da gioco *Casino Kursaal*, chiusa ed abbattuta nel dopoguerra. Nel secondo manifesto, altrettanto raro e graficamente impeccabile, del 1933, Filippo Romoli dipinge bagnanti in costume sullo sfondo azzurro dell'acqua, su cui galleggiano imbarcazioni a vela ed a remo e la scritta «Acqui» in alto e «La grande piscina termale» in basso. Firmato in alto l'altrettanto eccezionale esem-

plare di Romoli per il «Concorso Internazionale di Eleganza per Automobili di Acqui» del 23 luglio 1933, con una grafica modernissima, esteticizzante, in parte futurista ed un taglio spaziale raffinato e sapiente. L'anno prima, per il «III° Auto-Raduno di eleganza per automobili» del 24 luglio 1932 (X° dell'Era Fascista) era stata realizzata in fusione d'argento e smalti policromi una speciale targhetta metallica, consegnata ai vari partecipanti.

Affascinanti, coloratissimi, pieni della gioia di vivere della Acqui mondana e termale fra le due guerre, questi tre manifesti sono ricercatissimi da musei e collezionisti di tutto il mondo, contesi in aste internazionali (alcuni begli esemplari sono passati sotto il martello del banditore agli inizi del Duemila in alcune celebri aste di *Bolaffi*), presenti in raccolte californiane ed australiane, nella Collezione di Arte Applicata del XX Secolo di Mitchell Wolfson a Miami in Florida e nella Wolfsoniana di Genova. Di livello artistico inferiore, ma gradevoli ed accattivanti, locandine, cartoncini e cartoline di gusto *déco* di eccellenze enogastronomiche della prima metà del secolo, come gli amaretti di *Dotto* e della pasticceria *Voglino*, l'amaro *Gamondi*, le grappe ed il brandy della *Sis Cavallino Rosso*, il Marsala ed il vermut di *Beccaro*, il cui centenario marchio riuscirà ad approdare sul *Carosello* televisivo con la *Cremidea* negli anni sessanta.

Nel secondo dopoguerra inizia il lento ma inarrestabile declino nella



produzione e diffusione di materiale pubblicitario di qualità della Acqui termale e mondana, ormai non più meta, se non per i Premi «Acqui Storia» ed «Acqui Ambiente», di attrici, registi, personalità e personaggi del bel mondo internazionale. Anche Romoli, in un periodo di rarefazione della sua ispirazione e creatività, ci consegna nel 1953 uno scialbo manifesto grigio-azzurro, stampato dalla genovese *Saiga*, dal titolo «Acqui Terme, Fanghi Naturali Radioattivi», in cui un paziente nudo lascia cadere la stampella, aggrappandosi alla fonte termale.

Il canto del cigno per affiche e locandine da collezione si avrà negli anni settanta. Bello e d'autore il manifesto dell'Azienda Autonoma Stazione di Cura dal titolo «Acqui Terme per rifiorire. Fanghi naturali e turismo», da un pastello del pittore Ennio Morlotti. L'edizione francese reca la dizione «Acqui Terme c'est le renouveau. Thermalisme et tourisme». L'ultima campagna grafico-pubblicitaria di grande impatto internazionale è del 1979, firmata congiuntamente da Azienda Autonoma di Soggiorno e Cura di Acqui Terme e dall'Ente Provinciale del Turismo di Alessandria. Manifesto e locandina riproducono in grande formato il francobollo per il primo centenario dell'edificazione del Tempio della Fontana della Bollente, stampato in milioni di esemplari dalle Poste Italiane. La stampa in *offset* è tratta da una incisione a bulino su lastra d'acciaio, realizzata da Eros Donnini, incisore principe dell'Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato Italiano di Roma.