

Yale University Library Digital Collections

| | |
|------------------------------|---|
| Title | Catalogue of Diulgheroff Pittore Futurista. Studio critico di Fillia sei rroduzioni Edzioni d' Arte La Citta Futurista, 1929. [5882-1] |
| Date | 1929 {id=286427} |
| Rights | The use of this image may be subject to the copyright law of the United States (Title 17, United States Code) or to site license or other rights management terms and conditions. The person using the image is liable for any infringement |
| Container information | Box 74 Slide: 62 |
| Generated | 2021-02-27 01:45:16 UTC |
| Terms of Use | https://guides.library.yale.edu/about/policies/access |
| View in DL | https://collections.library.yale.edu/catalog/10657926 |

DIULGHEROFF CARTELLONISTA

L'Impresa di Pubblicità Arturo Tucci (Torino, Milano e Genova) ha realizzato un nuovo metodo pubblicitario che si può a ragione definire una solidificazione del cartello lanciatore.

Grandi tabelloni stradali in lamiera, sagomati in una forma sintetica ed efficace, portano sui due lati il cartellone lanciatore di un prodotto. La Ditta ha così la sicurezza di affidare la propria réclame a un numero fisso di tabelloni, sui corsi principali, nei luoghi da essa indicati. E il cartello non è l'antico manifesto in carta, soggetto all'umore del tempo, limitato e spesse volte ucciso dalla vicinanza delle altre réclames. La materia di questi tabelloni è solida, garanzia di durata — e il cartello brilla in un efficace isolamento, rappresenta anche un valore architettonico, cioè definitivamente stabile.

Tale genere pubblicitario non poteva che trionfare velocemente, e il suo valore commerciale ed artistico si affermava con massimo rendimento anche per la felice scelta del pittore-creatore dei cartelli che dava a questi un'impronta finalmente nuova, originale, cioè dotata di tutti gli elementi indispensabili alla affermazione.

Nicolay Diulgheroff ha infatti i requisiti necessari del cartellonista moderno: i valori d'imprevisto, di sorpresa, di sintesi e di colore si equilibrano nei suoi « soggetti ». Il prodotto della Ditta assume un'individualità spiccata, vive in un'atmosfera particolare che ne aumenta l'interesse. E il passante ha così davanti agli occhi gli arabeschi sempre impensati dei prodotti, è obbligato a imprimersi nella memoria quelle indicazioni rappresentate.

Ecco perciò che l'estetica futurista vince una battaglia all'atto stesso della realizzazione: e vince con autentico favore popolare, non rinunciando a principio alcuno.