

# L'arte a vapore

## Da Cassandre a Savignac a Villemot, una storia dei manifesti ferroviari

STEFANO  
BALDOLINI

«**L**a ferrovia è come la democrazia: non sono più un uomo, sono un pacchetto; non viaggio più, vengo spedito». Le parole – non proprio progressiste – dello scrittore Louis Veuillot riflettono bene la paura dell'uomo ottocentesco verso il treno, bello e orribile mostro di metallo – in senso carducciano, s'intende – che s'apprestava a colmare distanze impensabili e ritardi secolari.

Non era ancora il tempo delle locomotive stilizzate di Cassandre, il genio delle affiches in stile deco, ma di lì a poco le hall delle stazioni appena costruite si arricchiranno di immagini a grande formato che faranno la storia della cartellonistica e della grafica (non solo pubblicitaria), e molti dei quali sono contenuti nello splendido volume Jaca Book *Manifesti ferroviari* (testo di Thierry Favre).

Dal 1825, quando il primo treno commerciale della storia raggiunse Darlington, nord ovest dell'Inghilterra, dopo una tratta percorsa (si fa per dire) a 9 km all'ora, passerà del tempo. A metà del secolo, il treno è ancora destinato prevalentemente alle merci, il trasporto dei passeggeri limitato alla scala locale. Così di manifesti pubblicitari, non se ne sentiva davvero l'esigenza.

Le cose cambiano alla fine dell'Ottocento. Dal '95, la ferrovia si aprirà progressivamente ai viaggiatori. Di prima classe però. Clienti ricchi, classi agiate, che passano la bella stagione nelle località più rinomate d'Europa – stazioni termali, città d'arte, la Riviera ligure, la Costa azzurra, i laghi, le Alpi. Sono proprio queste le immagini preferite dalle compagnie ferroviarie, che hanno l'esigenza di ripianare i buchi di bilancio per il boom di linee e stazioni, e quindi di attrarre sempre più passeggeri.

Ecco dunque le celebri affiches di pri-

mo Novecento, tanto attraenti quanto decorative. Veri e propri set di un'altra tecnica che faceva capolino, il cinema: giovani donne con ombrellino e veletta accompagnate da gentiluomini con giacca sportiva, sullo sfondo le destinazioni agognate.

Con un paradosso – lascito dei pregiudizi del secolo precedente?

«Mentre le compagnie marittime magnificano la bellezza e la potenza dei loro transatlantici e i manifesti aeronautici sottolineano le prodezze tecniche degli apparecchi – scrive Favre Thierry –, il treno sceglie un'altra forma di messaggio, che illustra principalmente l'idea del viaggio e le sue mete, con rappresentazioni che riflettono fedelmente l'arte dell'epoca».

Dunque locomotive e vagoni ridotti a modellini, quasi introvabili tra le meraviglie della natura, se non la sparizione completa del treno a vantaggio di figure femminili che fissano trasognanti il mare di Nizza per pubblicizzare la

l i n e a  
Paris-Lyon-Méditerranée (del precursore F. Hugo d'Alési).

Poi arriverà l'apogeo del treno, la Belle Époque, e del progresso non si avrà più alcun pudore. Le compagnie ferroviarie, seppure sempre in cattive acque, chiameranno artisti già noti al pubblico per manifesti che celebrano gli esordi dell'aviazione o che pubblicizzano velocipedi, prodotti alimentari, aperitivi. Così finalmente locomotive e vagoni conquistano il primo piano. Un genio del liberty come il pesarese Mario Borgoni nel 1920 riuscirà a trasformare una carrozza a trazione elettrica in una eroina romantica, che risale dolcemente sulla linea Stresa-Montarone da un incredibile lago Maggiore a tinte arancio.

Sdoganato il mostro diabolico, non resterà che ammirare le meraviglie dell'Art

Déco di Adolphe Mourou, detto Cassandre, il celebre autore tra l'altro di Normandie (il transatlantico icona d'anteguerra) e di Dubon, Dubon e Dubonnet (il vermouth amato dalla regina madre) forse l'ideatore dei più bei manifesti per la Compagnie du Nord dei banchieri Rothschild, oltre che creatore per la London Midland and Scottish Railway. Indimenticabile il suo *Étoile du Nord*, binari stilizzati incorniciati da un *lettering* originale, della tratta Paris-Bruxelles-Amsterdam.

Ormai l'arte dei manifesti ferroviari è una realtà e dopo la parentesi della seconda guerra mondiale la Société Nationale des Chemins de Fer Français commissionerà lavori importanti a pittori e grafici famosi come Dalí, Mathieu, Brenet, Savignac e il suo collega Villemot.

Mentre oltreoceano, furono addirittura motivi pubblicitari più che tecnologici a far sviluppare le incredibili carenature delle locomotive e vagoni – cosiddetti *streamliner* – peraltro a vapore, e nazionalizzati dopo la grande guerra. A farla da padrone sui manifesti, sbuffante e possente nel Grand Central Terminal, pronto a immettersi sulla linea New York-Chicago, la celebre Nyc Hudson, disegnata dal grande designer Henry Dreyfuss. Un treno dal nome, scrisse l'*Evening World*, «così magnifico che non poteva essere scritto se non per esteso ed in lettere maiuscole "THE TWENTIETH CENTURY LIMITED"».

Altri tempi.

In seguito i manifesti realizzati da artisti tengono fino ai Settanta per essere soppiantati da tecniche più efficienti ma forse meno poetiche, come la fotografia e le composizioni digitali.

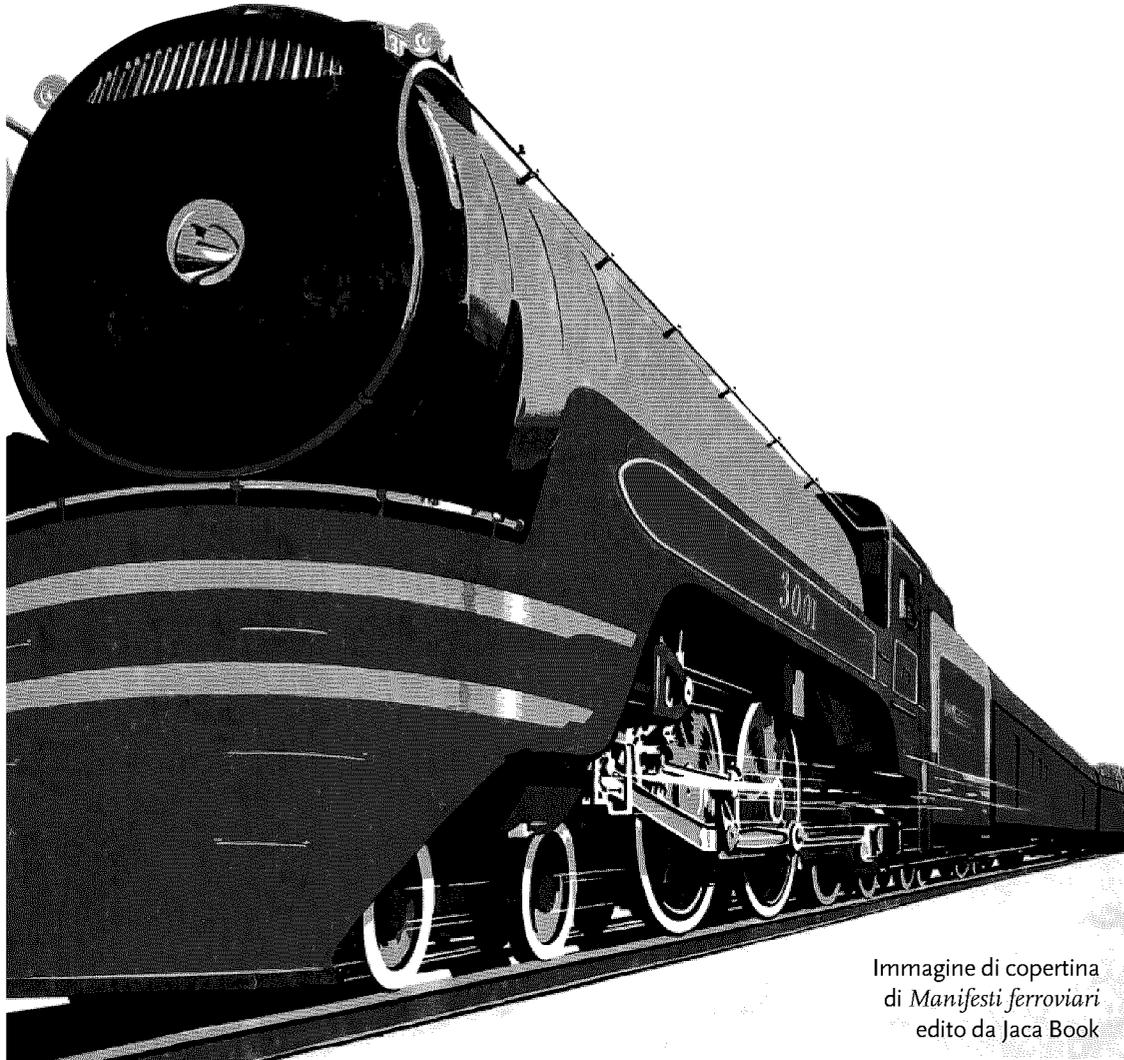


Immagine di copertina  
di *Manifesti ferroviari*  
edito da Jaca Book

