



Camera di Commercio
Livorno

Dal **Balsamo Paolini** alle **Pastiglie Paneraj**

Marchi d'impresa livornesi a cavallo tra due secoli
(1880-1930)

CATALOGO DELLA MOSTRA





Camera di Commercio
Livorno

Dal **Balsamo Paolini** alle **Pastiglie Paneraj**

Marchi d'impresa livornesi a cavallo tra due secoli
(1880-1930)

CATALOGO DELLA MOSTRA





Camera di Commercio
Livorno

Camera di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura
Livorno

Servizio di Biblioteca e Archivio storico

Responsabile: Serenella Guideri

Progetto e allestimento della Mostra, cura del catalogo: Filippo Lenzi (Coop. Microstoria)

Ringraziamenti

Si ringraziano gli Autori dei saggi introduttivi per la squisita collaborazione.

Fonti iconografiche e documentarie

Quando non diversamente indicato da opportune note, le informazioni, i documenti e le immagini presenti in questa pubblicazione provengono dell'Archivio storico della Camera di Commercio di Livorno.

© Copyright 2013 Camera di Commercio di Livorno

ISBN 978-88-6315-637-9

Realizzazione editoriale e progetto grafico



Via A. Gherardesca
56121 Ospedaletto-Pisa
www.pacineditore.it
info@pacineditore.it

Sales manager
Beatrice Cambi

Responsabile editoriale
Elena Tangheroni Amatori

Responsabile di produzione
Stefano Fabbri

Fotolito e Stampa
IGP Industrie Grafiche Pacini

L'editore resta a disposizione degli aventi diritto con i quali non è stato possibile comunicare e per le eventuali omissioni.

Le fotocopie per uso personale del lettore possono essere effettuate nei limiti del 15% di ciascun volume/fascicolo di periodico dietro pagamento alla SIAE del compenso previsto dall'art. 68, commi 4 e 5, della legge 22 aprile 1941 n. 633.

Le riproduzioni effettuate per finalità di carattere professionale, economico o commerciale o comunque per uso diverso da quello personale possono essere effettuate a seguito di specifica autorizzazione rilasciata da AIDRO, Corso di Porta Romana n. 108, Milano 20122, e-mail segreteria@aidro.org e sito web www.aidro.org

Sommario

Introduzione..... pag. 5
Roberto Nardi

Relazioni

L'araldica rivisitata: Marchi di fabbrica..... pag. 7
Vittorio Marchis

Le immagini e le imprese..... pag. 13
Alessandro Tosi

L'imprenditoria livornese tra XIX e XX secolo:..... pag. 19
appunti per un'introduzione storica
Francesco Bosetti

Note del curatore..... pag. 25
Filippo Lenzi

Marchi d'impresa livornesi pag. 30
a cavallo tra due secoli (1880-1930)
Filippo Lenzi

Introduzione

Attingendo al suo prezioso archivio storico, il 10 novembre 2012 la Camera di Commercio di Livorno ha allestito una mostra originale: i Marchi registrati e depositati dalle imprese livornesi a cavallo tra Ottocento e Novecento, testimonianza grafica e pittorica di quella vitalità, ingegno e capacità che hanno fatto la storia dell'economia di questo territorio.

Per poter lasciare nel tempo una traccia permanente di quella iniziativa, e contribuire a diffondere la cultura storico-economica della nostra comunità imprenditoriale e cittadina, viene oggi realizzato un catalogo cartaceo, arricchito dalla trascrizione degli interventi autorevoli che si sono succeduti nella giornata inaugurale.

Il Marchio è lo specchio fedele della realtà sociale, culturale ed economica di una Comunità in un dato periodo, e ci permette di osservare le attività produttive tipiche dell'economia locale, comprese quelle più curiose e meno note.

Protagonista indiscussa di queste pagine è dunque Livorno, che ci appare nelle sue vesti di città portuale e cosmopolita, con una grande varietà di imprese nel settore alimentare, in quello chimico e metalmeccanico (oltre ad attività legate alla lavorazione di vetro, corallo, stracci, a tipografie e litografie...). Il territorio provinciale è inevitabilmente meno rappresentato, poiché la provincia è una realtà relativamente recente (1925): nel periodo postunitario facevano parte del territorio livornese solo l'isola d'Elba e quelle di Gorgona, Pianosa e Montecristo.

Porre l'accento sui Marchi significa anche richiamare l'attenzione al presente, e ad un aspetto particolarmente significativo del fare impresa: il desiderio dell'imprenditore di attribuire una identità al proprio lavoro e di vedere riconosciuto il suo operato.

La Camera di Commercio di Livorno, con questa pubblicazione, ha inteso promuovere un'opera in grado di offrire spunti e stimoli a chi desidera approfondire storie e culture di imprese, agli studiosi di *marketing* e a tutte le persone curiose che del passato fanno tesoro.

Senza la pretesa di esaurire i temi individuati, ma con la volontà di aprire la strada ad ulteriori analisi.

Roberto Nardi
Presidente della Camera di Commercio di Livorno



Docente di Storia della scienza e della tecnica presso il Politecnico di Torino, da oltre 15 anni compie le sue ricerche nel settore della storia e della antropologia dei sistemi tecnici. E' autore di molte pubblicazioni tra cui l'ultima, "150 (anni) di invenzioni italiane" (Codice, 2011).

L'araldica rivisitata: i marchi di fabbrica come testimoni dell'industria livornese

L'araldica è una sintesi di indici, icone e simboli, "segni" che mettono in relazione forme e significati, legandoli con rapporti di *mimesis* e di convenzione che per molti versi anticipano il messaggio testuale. Questi segni legati tra di loro da rapporti di contiguità, di somiglianza e di convenzione portano ad una sintesi che si trova circoscritta in uno scudo o più genericamente in una delimitata figura geometrica dove i rapporti di parentela, di potere, di ruolo sociale trovano il loro equilibrio semantico.

L'araldica è invero una scienza che affonda le proprie origini in tempi molto antichi, ma non per questo possiamo affermare che le sue più profonde istanze sono oggi state rimosse da una società positivista e priva di quelli che molti oserebbero definire "orpelli superstiziosi" da dimenticare.

In una miniatura del *Romance du Alexandre* (XIV sec.) (Fig. 1) nella mischia di un combattimento tra cavalieri l'identificazione dei protagonisti si può compiere solo attraverso le "insegne" dei loro scudi e a questo proposito presto verranno redatti dei veri e propri "cataloghi" delle insegne araldiche come lo sarà l'*Hyghalmen Roll* (XV sec.) (Fig. 2). Nella storia dell'araldica feudale il compimento di questa scienza avverrà nel 1776 con la voce "Art Heraldique" e soprattutto con le relative planches dell'*Encyclopédie* di Diderot e d'Alembert.

Ma le tracce araldiche lasciano segni non solo sulla pergamena e sulla carta: la Rocca del Vignola (Fig. 3 e 4) reca il simbolo e il motto della Impresa del Leopardo e a Siena ancora oggi le Contrade si contraddistinguono per le proprie insegne (Fig. 5). Sono solo esempi che si perpetuano nei vari scudi dei reparti delle Forze Armate, non solo del nostro Paese, come accade per esempio nello scudo dell'Arma dei Carabinieri (Fig. 6), ridisegnato al nascere della Repubblica nel 1947 o ancora più in là in quello della Marina Militare che racchiude gli stemmi delle quattro Repubbliche Marinare: Venezia, Genova, Pisa e Amalfi (Fig. 7). Ma questi sono solo esempi.



Figura 1



Ciò che un tempo rappresentava, indicava, segnava l'appartenenza a un feudo, oggi ha subito la metamorfosi industriale e il “marchio di fabbrica” ha assunto il ruolo di nuova icona-simbolo di ciò che Walter Benjamin ha ricordato essere il sistema del “feticcio-merce”, con tutti i suoi riti.

I 150 marchi registrati dalle imprese locali tra il 1880 ed il 1930 che l'Archivio storico della Camera di Commercio di Livorno conserva diventano così elementi per raccontare una nuova storia, fatta di immagini e di simboli, ma anche di profondi messaggi, che per loro natura devono raggiungere la gente nella maniera più diretta e duratura, proprio come lo erano gli scudi e i blasoni delle casate nobiliari. La rivoluzione industriale ha certamente cambiato i ruoli nella società che si è profondamente trasformata annullando ogni valore istituzionale della nobiltà, ma per molti versi l'uomo è rimasto lo stesso. L'araldica non è un sapere obsoleto destinato solo all'erudizione o, al più alla ricerca storica, ma una strada che ci permette di capire, anche oggi nella società postindustriale, forse in maniera ancora più profonda di tanti documenti scritti, la struttura e le forme, come le tensioni essenziali di strutture sociali, nel nostro caso, legate al mondo della produzione.

I Marchi di fabbrica, tutelati dalla Legge del Regno di Sardegna sin dal 12 marzo 1855, sono entrati nella giurisprudenza del Regno d'Italia dalla sua fondazione e quest'avventura giuridico-semiologica, con tutte le sue modificazioni successive, ci ha accompagnati sino ad oggi, lasciando tracce nell'Ufficio Centrale delle Privative Industriali istituito con la legge sarda del 12/03/1855. Questo Ente fu inizialmente posto sotto il controllo del Ministero delle finanze, quindi con il R.D. 09/08/1855 passò alle dipendenze dell'Istituto Tecnico di Torino, e in seguito con il R.D. 17/10/1860 alla Scuola di Applicazione degli Ingegneri, nata con la Legge Casati (1859). Con il R.D. 09/11/1861 l'*Istituto delle Privative industriali*, ben presto trasformatesi in *Brevetti e Marchi*, passò di competenza al Ministero dell'agricoltura e del Commercio e negli anni successivi fu annesso al Regio Museo Industriale Italiano di Torino, fondato nel 1862. Solo con il R.D. 23/12/1884 n. 2730 sarà istituito presso il Ministero dell'Agricoltura, Industria e Commercio l'*Ufficio della Proprietà Intellettuale*, sotto il controllo della divisione industria e commercio e di lì a poco l'Ufficio sarà trasferito definitivamente a Roma raggiungendo la sua piena funzionalità solo con il R.D. 29/07/1923, n. 1970, quando se ne stabilirà il Regolamento. In esso, all'Art.1 si poteva leggere: “Il servizio delle privative industriali è affidato ad un ufficio speciale posto alla immediata dipendenza del Ministro dell'industria, commercio e lavoro. Esso disimpegna anche i servizi concernenti le privative per disegno e modelli, ai marchi e segni distintivi di fabbrica e di commercio nazionali ed internazionali e ai diritti di autore, ed è denominato Ufficio della Proprietà Intellettuale”. Per arrivare alla denominazione di Ufficio Centrale dei Brevetti si dovrà attendere la legge n. 739 del 02/06/1939. Queste complesse vicende vedono peraltro presso le Camere di Commercio nascere gli uffici periferici dove i brevetti, e soprattutto i marchi di fabbrica e di prodotto, vengono presentati per ottenerne il riconoscimento giuridico e la tutela. Negli archivi di queste istituzioni locali si possono così trovare le tracce di questi passaggi difficili da ricostruire nella loro interezza negli Archivi Centrali dello Stato, a differenza di altre nazioni dove il *Patent Office* non ha mutato mai le sue funzioni né la sua sede.

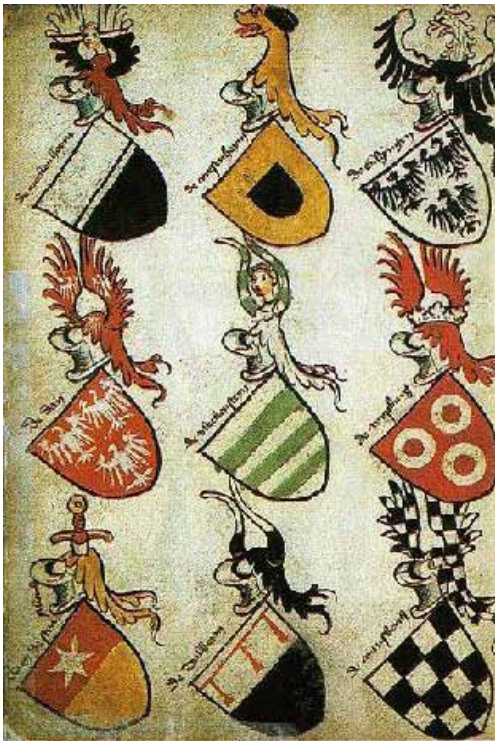


Figura 2

Entrando oggi nella attuale società dei consumi identifichiamo le evoluzioni semantiche dei simboli che segnano – esattamente come avveniva nel passato – le valenze simboliche di animali carichi di significati esoterici (come accade per lo scorpione dell'Abarth) (Fig. 8) o ancora le migrazioni delle icone dai campi di battaglia al mondo della Formula 1, come è accaduto per il nero cavallino rampante di Francesco Baracca, donato dalla madre dell'eroe della Prima Guerra Mondiale a Enzo Ferrari e rimasto però a contrassegnare il "9° Stormo Caccia" della nostra Aviazione Militare (Fig. 9). Ma perché scordare le presenze mitologiche in molti "scudetti" delle federazioni calcistiche (si veda per esempio quello della bergamasca Atalanta) o delle rinate insegne dei pontefici di Santa Romana Chiesa (Fig. 10)?

Sarebbe, oggi più che mai, opportuno riscoprire i libri appartenuti in epoca barocca al genere degli "Emblemata" tra cui primeggiano le opere di Andrea Alciato, dove, in ricche rassegne iconografiche, segni, miti e motti si presentano nelle più variegata sfaccettature (Figg. 11 e 12). Ma ora è bene arrivare al tema a cui questo saggio si riferisce e che rimanda alle iniziative che, come a Livorno, hanno recentemente portato alla riscoperta e alla catalogazione di questo importante patrimonio storico. Possano esse diventare il primo passo per una completa mappatura del sistema industriale italiano nella sua più immediata e istituzionale immagine, come già è avvenuto per alcune iniziative¹.

La storia di Livorno è profondamente legata alle vicende della sua Camera di Commercio² e qui, esaminando la piccola enclave dei marchi di fabbrica, si incomincia con le reminiscenze mitologiche che i Fratelli Bergeon, svizzeri di origine francese, utilizzano come marchio dei propri orologi: la Trinacria Medusa circondata dalla scritta TIANOPMITAN (Palermitano). La Società svizzera Bergeon, produttrice di strumenti ad alta precisione per orologiai e gioiellieri, era stata fondata nel 1791 dalla famiglia Faure. Nel 1870 Louis-François costituisce coi suoi due fratelli una fabbrica a Livorno, il cui porto era uno dei più importanti centri del commercio orologiaio ed orafo della Svizzera. La fabbrica aveva sede in piazza S. Benedetto 25 (oggi piazza XX Settembre). Ma forse più famoso è il marchio che è depositato il 5 Febbraio 1893. Così si legge nella domanda: "Il Marchio o segno Distintivo da noi sottoscritti depositato è costituito dalla riproduzione in prospettiva del lampadario esistito nella Cattedrale di Pisa, dal quale secondo narrano le cronache galileo Galilei ideò l'orologio a Pendolo, è già usato in Svizzera sopra prodotti della fabbrica di Orologeria appartenente a noi medesimi, e sarà da noi adoprato sopra

¹ Presso la Società Geografica Italiana a Roma nel 2006 è stata organizzata la mostra *Immagini della Montagna Italiana. Marchi di fabbrica, libri e carte geografiche tra il 1869 e il 1930*, con la collaborazione dell'Archivio Centrale dello Stato e l'Istituto Nazionale della Montagna, con un catalogo a cura di F. Cardarelli, M. Di Angelo Antonio e M. Martelli (Bologna, Bononia University Press, 2007). Nel 2006 Maria Catricalà e Ilaria Pironi hanno pubblicato un saggio in cui si riferisce di un'indagine condotta all'Archivio Centrale dello Stato sui "marchi di moda" italiani (*Marchi "di moda" italiani: una indagine mirata tra il 1900 e il 1950*, http://www.ocula.it/files/Catricala_%5B1,811.673Mb%5D.pdf). Recentemente la Camera di Commercio di Torino ha messo in rete la propria banca dati dei Marchi Torinesi sino al 1941 <http://www.matosto.to.camcom.it>.

² V. Marchi e U. Canessa, *Duecento anni della Camera di Commercio nella storia di Livorno*, 4. voll., Livorno, Debate Editore, 2001. A. Nesti, *Livorno e le sue industrie. Un patrimonio industriale attraverso le carte della Camera di Commercio*, in "Ricerche Storiche", anno XXXV, numero 2-3 (maggio-dicembre 2005), pp. 5-111.



Figura 3



Figura 4



Figura 5

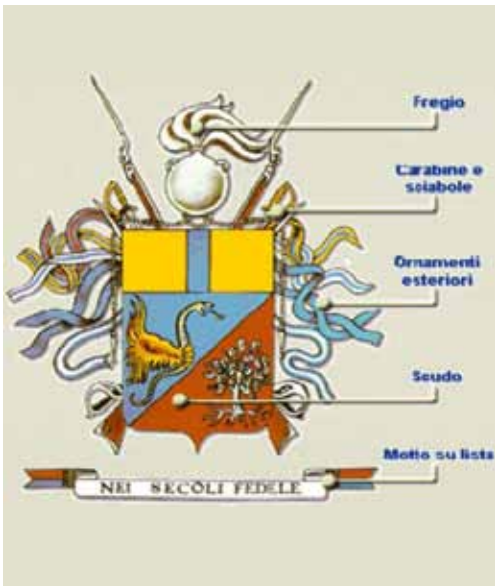


Figura 6

gli stessi oggetti dei quali abbiamo deposito nel Regno di Sardegna.” Alcuni mesi più tardi la Ditta Bergeon depositerà (19 Giugno 1893) un nuovo stemma: “Al basso sorge la cima di un monte su cui è in piedi un puttino, col braccio sinistro piegato in modo da portare la mano quasi in direzione del cuore. Col braccio destro teso impugna un bastone, di cui i pastori si servono per le escursioni sui monti [...].”

Più consoni all’araldica nobiliare risultano i blasoni di Francesco Ceccardi che produce “Preparati per la guarigione dei geloni” e di Enrico Serafini famoso per il suo Vermouth Igienico e per altri liquori.

L’ancora, già simbolo legato al mare, ma pure alla gloriosa stamperia di Aldo Manuzio, ritorna nella Società che Carlo Niemack, Console di Germania, fondò nel 1878 con sede a Livorno e stabilimento a Lucca, per produrre filati di lino e di cotone. Nel 1890 la piccola azienda si trasformerà in Fabbriche Italiane Filati Cucirini, che mantenendo lo stabilimento lucchese trasferirà la sede legale a Milano.

Le forme degli scudi da quelle più antiche “gotiche” “a cartoccio” “a testa di cavallo”, sino agli “scudi sagomati”, “a losanga” o “ellittici” che compaiono nelle complesse e articolate “arme”, accompagnano i marchi di fabbrica e di prodotto e ne diventano il *medium* che contiene il messaggio, ben prima che ne vengano stravolte le funzioni dai mezzi di comunicazione di massa.

Il Marzocco, il leone che accompagna le storie di questa terra, lascia segni della propria presenza nei marchi della Casa Vinicola Pentasuglia, della Farmacia Castelli che fabbrica le pastiglie balsamiche a base di lattucario, della premiata Casa Vinicola F. Bertocchini & C. che produce il passito Lacryma Christi. Legati alla mitologia e ai commerci marittimi con l’oriente sono le citazioni dei grifoni nelle insegne del Balsamo Paolini, di una galera a vela latina “antichissima” per la “fabbricazione meccanica dei fiammiferi di cera” della ditta Benvenuti e Salsiccioni, e delle “Quattro bandiere sventolanti, con le parole in lingua turca Libertà, Giustizia, Eguaglianza, Fratellanza sui drappi, [...]”, dietro al disegno di una grande mezza luna e di una stella a cinque punte [...]” che la Manifattura Toscana Dini & C. deposita il 20 Aprile 1909: un marchio che si riferisce forse ai “Giovani Turchi”, movimento progressista e orientato verso una democrazia di tipo occidentale, che sorse e trionfò in Turchia alla fine del sec. XIX. Per non dimenticare la lotta tra due lancieri a cavallo che illustra l’Aplasmodio, “sovrano antimalarico” della ditta farmaceutica Borsi & Gigliani.

Ma il progresso muta gli stessi paradigmi degli emblemi e presto alle nostalgie del passato si sostituiscono nuove immagini: i premi delle Esposizioni internazionali sono i più ambiti riconoscimenti e le etichette si trasformano in medaglieri, come accade per esempio per il Cognac Italia della “Premiata Distilleria Ditta Ulisse Leoni” e per le Vetrerie Balzaretti e Modigliani. Sulle carte intestate di queste ultime gli edifici industriali che ritroviamo anche nel marchio del Surrogato di caffè - Torre del Lago, conferiscono un nuovo realismo all’immagine dell’industria; altrove è il faro del porto (Lisciva Luigi Fedi) a riportare l’immagine a monumenti evocatori del luogo di produzione.

Se ancora la tradizione fa il suo capolino con un richiamo letterario nelle etichette del Cognac Marat (Distilleria Toscana) o con una presenza religiosa come nel Liquore miracoloso “Olio di S. Maddalena” accuratamente preparato, specialità della Casa Enologica Fortunato Rabuzzi, sarà invece definitivamente il progresso a irrompere con un transatlantico nella “Pittura antiruggine inalterabile Pariocroma”

di Antonio Leoni e persino con il Dirigibile Norge nell'omonimo Grand'Aperitivo della Distilleria Natale Zucchini, fornitore della Real Casa e della Corte Pontificia. Che cosa si potrebbe aggiungere del calciatore che appare con la maglia della squadra Pro-Livorno sull'etichetta del Gran Liquore da Dessert prodotto da Ulisse Leoni?

Si potrebbe terminare qui ma tra le carte degli Archivi della Camera di Commercio di Livorno, intorno alla già citata Società Vetraria Italiana di Giuseppe Modigliani fanno la loro comparsa alcuni interessanti frammenti di una storia che varcò i confini della regione e approderà negli anni bui della guerra oltre Atlantico.

La Società Vetraria Italiana è costituita come Società Anonima di fronte al notaio Bandini il 1° aprile 1884 e "si occuperà della fabbricazione di Lastre, Campane, Embrici e Tegoli di Vetro, di Lastre colorate e opache e di altri articoli congeneri", così si presentava ai futuri clienti con un "manifesto" datato 25 aprile. Un anno prima si era costituita sempre a Livorno la Vetreria Italiana Balzaretti Modigliani³ & C. che "surrogherà la Società Vetraria Italiana nel 1902. Produce "Lastre, Campane, ma anche Bottiglie, Bottiglioni e Damigiane di vetro soffiato". È quanto emerge da un altro documento di "denuncia di esercizio di commercio o industria" del 1911; amministratore delegato è Giuseppe Modigliani. Il 30 giugno del 1914 in una statistica industriale la Vetreria conta 532 operai maschi e 6 femmine, negli impianti è installata una potenza elettrica di "circa 100 cavalli dinamici". La Vetreria da produttrice di lastre e bottiglie si specializza e nell'Italia fascista sappiamo che le Officine Ferroviarie Meridionali sono interessate alla "fabbrica che a Livorno produce vetro flex adatto per applicazioni isotermitiche su vagoni per derrate deperibili, refrigeranti, ecc". Le fibre di vetro, negli anni che seguirono alle sanzioni imposte nel 1935 all'Italia a seguito dell'invasione dell'Etiopia, trovarono larghi impieghi sia nell'arredamento sia nella moda e non mancarono neppure i saggi specialistici come quello di Corrado Rovini, *L' autarchia economica nell'industria del vetro* (Pisa, 1940): in questo contesto la fabbrica Modigliani e Balzaretti si specializzerà anche e soprattutto nelle nuove applicazioni in fibra di vetro. A causa delle leggi razziali, Piero Modigliani emigrò negli Stati Uniti dove continuò la sua attività di grande innovatore nel settore, trovando impiego presso la Owens Corning⁴. Di Piero Modigliani e Valentino Wiquel, di Livorno per conto della Owens-Corning Fiberglass Corporation, Toledo, Ohio, a corporation of Delaware è il Brevetto per la Manifattura di fibre artificiali (US Patent No. 2,344,892. Dated Mar. 21, 1944)⁵. Tra le ultime testimonianze conservate tra gli archivi della Camera di Commercio di Livorno troviamo una serie di fotografie che documentano i pesantissimi danni di

³ Nesti, *Livorno e le sue industrie*, cit. pp. 26-27.

⁴ La genesi della Owens Corning risale ai tempi della Grande Depressione quando negli impianti di riscaldamento domestico incominciarono a sostituirsi i filtri metallici con quelli in fibra di vetro, meno costosi. Nel 1935 si giunse alla joint venture tra Owens-Illinois e Corning Glass Works, che nel 1937 giunsero a produrre in continuo fibre di vetro. Nel 1938 avvenne la definitiva fusione che portò alla nascita della Owens-Corning Fiberglass che durante il secondo conflitto mondiale sviluppò tutta una serie di prodotti ignifughi.

⁵ V. Marchis, *150 (anni di) invenzioni italiane*, Torino, Codice Edizioni, 2011.



Figura 7



Figura 8



guerra subito dagli stabilimenti livornesi delle Vetriere, ma la lettera che le accompagna (datata 6 aprile 1948) dimostra la ferma volontà di guardare al futuro.

“Spett. Camera di Commercio Industria e Agricoltura – Livorno.

Vi accludiamo le fotografie richieste con Vostra n° 2253 [...] Le fotografie n. 1 e n. 2 rappresentano lo stato in cui si trovano la fabbrica “Reparto Bottiglie” dopo i bombardamenti subiti e la fotografia n. 5 è comprovante la nuova costruzione del detto reparto allo stato in cui si trova oggi. La fotografia n. 6 rappresenta il nuovo fabbricato destinato a ricevere i Servizi Assistenziali Operai, Refettorio, Spogliatoi, docce ecc.; il fabbricato manca ancora delle rifiniture esterne.

Le suddette fotografie dimostrano sufficientemente lo sforzo compiuto dalla ns. Società. Riteniamo di averVi fornito i dati per la Vs. pubblicazione.

Trascuriamo tutti gli altri lavori di riparazione e sistemazione per il rinnovo di impianti meccanici che logicamente dovevano essere eseguiti per mettere in funzione la ns. fabbrica.

Distinti saluti.”



Figura 9



Figura 10

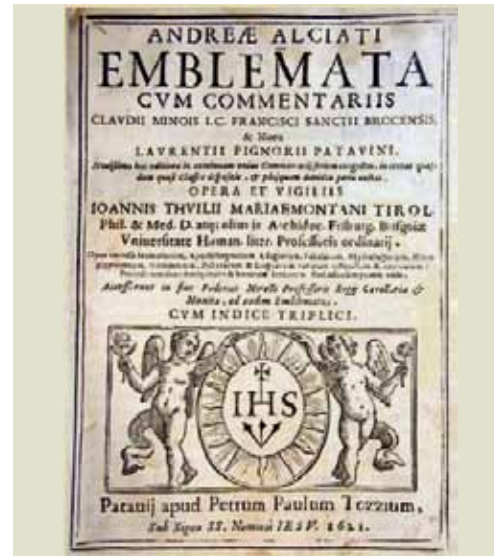


Figura 11



Figura 12



Docente di Storia dell'arte moderna presso l'Università di Pisa e Direttore scientifico del Museo della grafica di Palazzo Lanfranchi, ha curato mostre di alto profilo scientifico e ha dedicato alla grafica e all'illustrazione importanti ricerche.

Le immagini e le imprese

Nella magistrale monografia su Albrecht Dürer, il grande storico dell'arte Erwin Panofsky sottolineava come già sul finire del Quattrocento la straordinaria diffusione in tutta Europa delle stampe dell'artista tedesco fosse accompagnata dall'inconfondibile monogramma che ne attestava la paternità creativa e insieme ne certificava la dimensione del capolavoro:

“Come le navi di un grande mercante queste xilografie giganti portavano il loro carico e la loro bandiera – il famoso AD di Dürer – per tutto il mondo”¹.

Panofsky riusciva così a restituire alla perfezione la sorprendente modernità di un'intuizione grafica destinata a fissarsi nell'immaginario del tempo e dei secoli successivi, ben al di là dei confini delle botteghe degli artisti o delle raccolte dei ricchi mercanti. E il fascino di quella raffinatissima sigla – una bandiera, un vessillo, insomma un marchio di impresa a tutti gli effetti – giocata sul monumentale rapporto spaziale e lineare delle iniziali, continua a superare quello di mele e coccodrillini che popolano il vocabolario visivo contemporaneo.

Come dimostra il caso del monogramma düreriano, della sua genesi e della sua strepitosa fortuna proprio in termini di *Communication Design*, per chi si occupa di storia delle arti visive ripercorrere lo sviluppo dei marchi di fabbrica è una di quelle ghiotte occasioni in cui è possibile riflettere sui percorsi e i linguaggi delle immagini – e della *imagerie* moderna – al di fuori delle rotte più consuete e in una complessa visione intertestuale e interdisciplinare. Perché la storia dei marchi parla di imprese come immagini, ovvero attività commerciali e industriali che si misurano nella comunicazione visuale con il vocabolario di segni e convenzioni iconiche proprio di un determinato contesto storico e culturale; e di immagini come “imprese”, ovvero marchi e loghi che non rinunciano a raffinate polisemie nella loro dimensione emblematica ed evocativa. Un viaggio nelle immagini e nelle imprese è dunque un viaggio in una storia che apre continue finestre, indica soste inattese, suggerisce rimandi molteplici ed intriganti, come ha bene indicato Nicola Corradini nel suo *I segni della comunicazione industriale. Marche, sigle, simboli, logotipi, immagini d'azienda*, volume nato dalle ricerche promosse dal Dipartimento di Storia delle Arti all'Università di Pisa².

¹ E. Panofsky, *La vita e le opere di Albrecht Dürer*, Milano, Feltrinelli, 1979, p. 63.

² N. Corradini, *I segni della comunicazione industriale. Marche, sigle, simboli, logotipi, immagini d'azienda*, Pisa, ETS, 1987.



Figura 1



Il caso di Livorno appare in tal senso altamente significativo, sia per la vocazione commerciale e industriale della città, che per una vivacità artistica tenacemente rivendicata e che ne segna la moderna identità. La preziosa documentazione relativa al periodo che dalla fine dell'Ottocento arriva agli anni Trenta del Novecento, conservata nell'archivio storico della sua Camera di Commercio, rimanda a un più ampio panorama in cui il rapporto degli artisti con il commercio e l'industria, sullo sfondo di dinamiche sociali in pieno sviluppo e negli scenari dell'Art Nouveau, si fa imprescindibile, attraverso la definizione di moderni repertori visivi in termini grafici e decorativi.

Non è un caso che, sin dalla nascita nel 1895, l'attenzione della rivista "Emporium" (Fig. 1) sia rivolta anche alla certificazione estetica del marchio di fabbrica, così come delle molteplici tipologie di grafica decorativa da promuovere magari attraverso concorsi per "modelli originali", perché "non avvi oggetto, per umile che sia, il quale non possa, volendo, divenire opera d'arte e, pur rispondendo convenientemente all'uso della vita cui è destinato, soddisfare altresì il senso estetico di chi se ne serve"³. E proprio sfogliando le pagine di "Emporium", così come di "Fiammetta", "Italia ride", "Novissima", "La scena illustrata", "L'Avanti della Domenica", "L'Arte Decorativa Moderna" o "La Domenica del Corriere", appare evidente come le sempre più raffinate invenzioni per marchi e immagini pubblicitarie vadano lette all'interno di una storia dell'illustrazione italiana che vive una delle stagioni più felici⁴. Un vero e proprio "risorgimento grafico", per citare il titolo della rivista milanese di Raffaello Berteri, in cui allo scoccare del Novecento trova spazio naturale l'immaginario simbolista e Liberty che proprio attraverso le riviste viene veicolato su larga scala. Non solo, ma allargando la ricognizione al repertorio di sigle e modelli di grafica pubblicitaria diffuso dalle più rinomate riviste internazionali ("The Studio", "L'Art", "Il Cocoricò", "Gil Blas", "Le Rire"...), le tangenze e le corrispondenze tipologiche, tematiche e cronologiche possono indicare ulteriori e inattesi motivi di ricerca.

L'elegante cifra del marchio e delle illustrazioni pubblicitarie che Carlo Paneraj adotta sin dal 1877 per certificare i suoi prodotti, dalle rinomate pastiglie per la tosse all'"estratto di catrame purificato", pubblicizzati in molte occasioni ufficiali – ad esempio all'Esposizione d'Igiene di Napoli del 1900 – si collega così ad un contesto di profondo rinnovamento in cui si muovono, con esiti altissimi, artisti come Carlo Chiostrì, Telemaco Signorini, Galileo Chini, Marcello Dudovich, Alcardo Terzi, Duilio Cambellotti e soprattutto Giorgio Kienerk (basti pensare alla sua collaborazione con la "Riviera Ligure" e quindi per l'olio Sasso⁵) o Leonetto Cappiello con i suoi celebri *affiches*.

Nel 1893, pochi anni dopo che un farmacista di Atlanta ha depositato il logotipo della "Coca Cola", bevanda destinata a stratosferica fortuna commerciale e iconica, anche il farmacista Pietro Pacelli deposita alla Camera livornese il marchio per la sua "gustosissima" china granulare effervescente (Fig. 2), "tonica



Figura 2

³ "Emporium", 1895, cit. in M. Ferretti, Un "archivio di cognizioni" visive, in *Emporium. Parole e figure tra il 1895 e il 1964*, a cura di G. Bacci, M. Ferretti e M. Fileti Mazza, Pisa, Scuola Normale Superiore, 2009, pp. VII- XXXVIII, p. XXVIII.

⁴ Cfr. P. Pallottino, *Storia dell'illustrazione italiana. Cinque secoli di immagini riprodotte*, Firenze, Usher Arte, 2010.

⁵ Cfr. E. Querci, *Giorgio Kienerk 1869-1948*, Torino, Allemandi, 2001, pp. 167 sgg.



Figura 3



Figura 4

per eccellenza, febbrifuga”, da dosare con un “cucchiaino da caffè” o, meglio ancora, con “un cucchiaino da zuppa” (!), dove la deliziosa immagine della “chinese con l’ombrello aperto” rientra in quel giapponismo *à la page* che il livornese Alfredo Müller interpreta mirabilmente nell’*affiche* realizzato a Parigi nel 1900 per la *tournée* dell’attrice Sada Yacco⁶.

E proprio in quel 1900 che vede Gottlieb Daimler, con una intuizione di sintesi grafica di straordinaria eleganza, trarre ispirazione dalla stella a tre punte per identificare la sua industria automobilistica Mercedes Benz, i fratelli Buitoni, aprendo anche a Livorno una fabbrica per produrre la rinomata pasta, depositano il marchio con la stella stilizzata, stesso motivo poi adottato dall’antica e gloriosa fabbrica di sapone Conti (1906) o dalla ditta Bignone e Agrifoglio per l’olio enologico “Stella” (1915).

La storia dei marchi, che parte da molto lontano e che scrive nella prima età moderna un capitolo decisivo, fissando repertori a cui immagini e imprese dei secoli successivi trarranno continue suggestioni, scorre dunque per evocazioni, analogie, sovrapposizioni e tangenze da ripercorrere in ottica sincronica e diacronica.

Agli antichi marchi tipografici degli stampatori, modelli certo preziosi per l’editoria (tra i casi più noti, e più belli, quello dell’editore fiorentino Leo Samuel Olschki che nel 1893 ripropone il marchio dello stampatore Nicolas Jensen, attivo a Venezia nel XV secolo), sembra rimandare la “figura di un’ancora colle due iniziali C.N.” (Fig. 3) che Carlo Niemack deposita nel 1881 per il suo cotone da macchina, già premiato con medaglia d’oro alla Esposizione nazionale di Milano dello stesso anno: allusione alla vocazione marinara della città, ma anche riferimento al celebre marchio dello stampatore veneziano Aldo Manuzio.

Ed è soprattutto allo straordinario repertorio di “convenzioni iconografiche di natura metaforica” offerto dall’emblematica cinquecentesca che la grafica moderna guarda con estrema attenzione e con rinnovate strategie comunicative⁷. I libri di imprese ed emblemi di Andrea Alciati, Paolo Giovo o Girolamo Ruscelli – “Professori d’emblemi” che Tommaso Garzoni sul finire del Cinquecento riunirà in albo professionale nelle prime ‘pagine bianche’ del secondo millennio (la *Piazza universale di tutte le professioni del mondo*) – dove immagine e parola si incontrano in un universo iconografico di grande fascino evocativo, costituiscono il serbatoio più ricco di temi e suggestioni attraverso cui è possibile rileggere un moderno esercizio di design, dallo struzzo che Giulio Einaudi adotta nel 1935 per la sua casa editrice sul modello di una delle imprese del *Dialogo delle imprese militari et amoroze* di Paolo Giovo, ai leoni e alle aquile che accompagnano la

6 Cfr. V. Farinella e F. Morena (a cura di), *Giapponismo. Suggestioni dall’Estremo Oriente dai Macchiaioli agli anni Trenta*, Firenze, Sillabe, 2011, pp. 67, 250; Alfredo Müller. *Litographe/litografo*, Paris 2012. Per i marchi della Coca Cola e della Mercedes Benz, cfr. Corradini, *I segni della comunicazione industriale*, cit., p. 39.

7 Pallottino, *Storia dell’illustrazione italiana*, cit., p. 46. Ma su questo cfr. anche R.P. Giardi, *Presentazione*, in Corradini, *I segni della comunicazione industriale*, cit., p. 7.



Figura 5



Figura 6

felice sorte commerciale del Ferro China Bisleri o del Fernet Branca⁸. A tale repertorio va così ricondotta l'immagine dell'aquila (Fig. 4) che il laboratorio di Eletto Paolini e figli deposita a Livorno nel 1892 per il "miracoloso" balsamo, prodotto che "in tanti anni di vita ha compiuto guarigioni addirittura miracolose giacché tanti ammalati considerati da primari Professori come perduti, sono stati salvati e perfettamente guariti", poi premiato con medaglia d'oro all'Esposizione Universale di Parigi del 1910. Oppure, l'immagine della "Galera unireme di disegno apparentemente antichissimo, di forma assai rotondeggiante con prua slanciata" che la ditta Benevenuti e Salsiccioni sceglie nel 1884 come marchio di fabbrica per la produzione di fiammiferi di cera.

Attingendo a un immaginario improvvisamente allargato, scorrono davanti a noi sigle e *lettering* di sorprendente raffinatezza, come l'elegante intreccio di lettere con cui Samuel Rae accompagna il suo livornesissimo "Lucca Oil", quello della Distilleria Toscana (1921) o della distilleria di Natale Zucchini, la preziosa cornice floreale di gusto liberty della "Formiatina Huchard", "tonico muscolare ricostituente" prodotto dalla Reale Farmacia di Ugo Castelli (1906), o ancora il motivo araldico che i fratelli Francesco e Raffaello Ambrosini "alle Galanterie" scelgono per l' "Acqua di Pisa", acqua di toeletta venduta e commercializzata "in flacone originale raffigurante la storica torre di Pisa".

A imporsi, già sul finire del XIX secolo e quindi con sempre maggiore ricorrenza nel Novecento, è proprio una dimensione vernacolare e stracciadina, che elegge i monumenti e i luoghi identificativi della città (ma anche della vicina Pisa) a motivi iconografici ricorrenti. Così il celebre monumento ai Quattro Mori, prestato come "marchio e segno distintivo" della fabbrica di candele steariche depositato nel 1890 da Guglielmo e Angelo di Federigo Virgilio (Fig. 5); la torre della Meloria (all'orizzonte, con Labrone in primo piano) per la fabbrica di surrogato di caffè di Cesare Canessa (1895); la torre del Marzocco immaginata da Antonio Leoni per certificare lo "smacchiatore ideale perfetto" Icross (1909); il faro, ora livornesizzato "Fanale" per la lisciva liquida per bucato prodotta da Luigi Fedi (con la raccomandazione di "esigere la marca 'Fanale'" (1919), ora americanizzato *lighthouse brand* per la distilleria di Oreste Del Bono (1928). E a imporsi sono anche, come preziosi documenti di archeologia industriale, le vedute di fabbriche e stabilimenti: lo stabilimento della premiata distilleria di liquori Vigo e Doccioli (Fig. 6), quello della Kotzian surrogati del caffè a Torre del Lago, la fabbrica per la produzione di cedri canditi che Oreste Del Buono nel 1890 trasferisce da Bastia a Livorno.

Ma è sul richiamo del mito, dell'icona più adatta a catturare l'attenzione e la curiosità dello sguardo moderno, che molte aziende puntano con soluzioni originali ed estremamente significative. La fabbrica svizzero/labronica di orologi Bergeon sceglie uno dei motivi più famosi nell'immaginario di turisti e viaggiatori quando nel 1893 deposita il marchio, già impiegato in Svizzera, con la "riproduzione in prospettiva del lampadario esistente nella cattedrale di Pisa, dal quale, secondo narrano le cronache, Galileo Galilei ideò l'orologio a Pendolo", allegando, come documento e souvenir, anche la fotografia eseguita da Van Lint della *Dom Bronzelampe*. Una scelta davvero interessante, perché proprio nel 1893 Iginio Benvenuto

⁸ G. Ginex, *L'immagine diffusa: arte, storia, cronaca e costume nei marchi di fabbrica lombardi (1875-1913)*, in *I marchi di fabbrica a Milano*, Milano, C.C.I.A.A., 1992, pp. 45-86, p. 77.

Supino pubblica sulle pagine dell'“Archivio Storico dell'Arte” il saggio *La lampada di Galileo*, nuovo capitolo di una lunga *querelle* intorno alla effettiva ‘galileanità’ del lampadario di Vincenzo Possanti⁹.

E non si guarda solo alla storia, ma anche alla cronaca: al “Norge”, scelto dal fornitore reale e pontificio Natale Zucchini per il suo “grand’aperitivo” (1921), o alla “Pro Livorno” per un gran liquore da dessert di sicuro successo tra sportivi e tifosi (1919). Quella di liquori, amari, aperitivi, bitter e vini è del resto una storia che meriterebbe un racconto a parte. Come è stato scritto per la Campari, marchio che ha visto protagoniste le straordinarie invenzioni di Fortunato Depero, ma anche di Dudovich, Sto e Leonetto Cappiello¹⁰ (Fig. 7). E come andrebbe scritto per la “premiata casa vinicola” di Francesco Bertocchini, capace di passare dalla firma di Leonetto Cappiello alle scenette da osteria con cui si reclamizza l’“Aleatico” o il “Passito dei frati”, al più compassato motivo araldico per il passito “Lacrima Christi” (1933)¹¹; con ulteriori paragrafi sulla Distilleria Toscana di Livorno dei fratelli Cambini e Zalum (il cognac “Marat”, 1928), sulla premiata casa vinicola di Giuseppe Pentasuglia (il ritratto del Bacchino rinvigorito che certifica “Enokol” come aperitivo per eccellenza, 1933), sulla distilleria di Ugo Bardi (splendida l’immagine dello “Snob aperitif”, 1931, come pure quella, tanto deperiana, del “Serin”) (Fig. 8).

Storie minori, se non minime, che scorrono in una periferia comunque in grado di documentare, sul finire del terzo decennio, scenari di grande modernità. Perché mentre nel 1929 sulle pagine di “The Studio” si saluta l’*advertising design* come una delle più nuove e brillanti manifestazioni del gusto e della società contemporanea, in grado di proporre (o imporre?) seducenti repertori visivi¹², si stanno per inaugurare altre splendide stagioni, come quella segnata da Adriano Olivetti, in cui il rapporto tra industria e arte diventa una lezione su cui non cessiamo mai di riflettere.



Figura 7



Figura 8

⁹ Per la storia della “lampada di Galileo” cfr. M.T. Lazzarini, *La “Lampada di Galileo” nel Duomo di Pisa*, Pontedera, Bandecchi e Vivaldi, 1998.

¹⁰ M. Mojana e A. Masoero (a cura di), *Depero con Campari*, Roma, De Luca, 2010. Per lo splendido manifesto di Cappiello per il *Bitter Campari* del 1921, cfr. V. Farinella e G. Schiavon (a cura di), *L’eredità di Fattori e Puccini. Il Gruppo Labronico tra le due guerre*, Pisa, Pacini Editore, 2011, p. 285.

¹¹ Sulle immagini delle etichette di Bertocchini cfr. anche “C.N. Comune Notizie”, 1993, 8, pp. 57-60.

¹² J. Harrison, *New lamps for old*, in “The Studio”, 98 (1929), pp. 786-791. Da segnalare anche G. Pellitteri - G. Stefanelli, *Stigle, marchi di fabbrica, emblemi. Descrizione teorica illustrata, traccia didattica di esecuzione, uso*, Roma, Raggio, 1947.



Relazioni

Francesco Bosetti

Docente di Diritto privato presso l'Accademia Navale di Livorno e Vice Presidente del Consiglio Arbitrale della Camera di Commercio di Livorno, è anche un appassionato bibliofilo ed esperto di storia e cultura locale.

L'imprenditoria livornese tra XIX e XX secolo: appunti per un'introduzione storica

Non è certo opera facile per un giurista, qual è chi propone queste brevi annotazioni, introdurre anche limitatamente alla sua parte storica la bella Mostra dedicata dalla Camera di Commercio di Livorno ai marchi d'impresa locali tra otto e novecento; anzi, proprio il tema specifico aggiunge qualche timore ulteriore, poiché non mancano ottime opere di valenti studiosi che sono già, in più luoghi, intervenuti con ben altre competenze sull'argomento di cui si tratta.

Allora, con un espediente in parte anche ... retorico, vogliamo credere che sia consentito, in questa occasione, trarre un primo spunto proprio dal contesto fisico – la Biblioteca Camerale - nel quale l'esposizione è allestita, proponendo le prime osservazioni a fondamento di quegli *appunti* del titolo, con uno sguardo ad alcuni testi noti e meno noti della tradizione storico-letteraria livornese, che conobbe – val la pena di ricordare – una singolare fioritura di lettere (e di culture più in generale) proprio nel periodo interessato dalla Mostra¹.

Per questa ragione, si proporrà qui un tentativo di esame animato da un metodo essenzialmente sincronico rispetto al tema. Nelle intenzioni, cioè, la lettura degli Autori operanti fino al primo novecento

¹ È assai rappresentativa del periodo quell'originale operetta pubblicata da Salomone Belforte alla fine del diciannovesimo secolo: Vigo, Galletti, Menasci, Mangini Ad., Funaro, Taddei, Targioni-Tozzetti, *Livorno nell'Ottocento – Prima serie di letture fatte al Circolo Filologico, Livorno, 1900.*



potrà consentire di raggiungere non già esiti puramente statistici² – che certamente hanno un significato ben maggiore per gli economisti e gli storici – ma renderà possibile il cogliere, con i contemporanei di allora, in quale direzione futura si rivolgesse lo sguardo della Livorno del tempo, nell’auspicio che questo possa contribuire utilmente a contemplare nuovi orizzonti – oggi quanto mai necessari ed urgenti - anche per la Città odierna.

Così, per avviare il cammino preannunciato, in questo rapporto tra passato e futuro, si può osservare come appaiano notevolmente incisive quelle espressioni - contenute in una prima operetta che ci permettiamo di ricordare, il *Compendio* di Pietro Lapucci³ - che senza troppi indugi asserivano: “*Livorno è, pel commercio e l’industria, la più importante città dell’Italia Centrale*”.

Può anche non apparire troppo chiaro donde il Lapucci traesse tanta sicurezza, dal momento che, a compulsare una nota opera di solo un quindicennio antecedente, la fondamentale *Guida* di Giuseppe Piombanti⁴, non si rinvenivano tracce significative di tanta annunciata prosperità: all’opposto, la situazione livornese veniva dipinta a larghe pennellate di nero e bistro. Il periodo intorno al 1870 – connotato del resto da grandi rivolgimenti internazionali e nazionali - era infatti sintetizzato con queste espressioni per la Città: “*Livorno, in mezzo allo svolgimento di questi molteplici e gravissimi eventi, è stata di quelle tra le città italiane che hanno maggiormente sofferto. La sua vita e la sua prosperità son derivate per secoli dalla pienezza, dalla libertà, dalla universalità del suo commercio, incoraggiato e favorito ... in modo da divenire uno dei principali empori d’Italia, giacchè il suo porto franco ... s’estendeva a tutta la città. Or non è più così; la sfiducia dapprima, poi la carta moneta (1866), e più la perdita delle sue franchigie (1° gennaio 1868) sono state le cagioni principali della sua decadenza. È cessato lo slancio del suo ingrandimento progressivo, è paralizzato il suo moto ed il suo commercio, la sua vita, la sua ricchezza. Tutti si vede, tutti si sente, non tutti si ha il coraggio civile di confessarlo*”⁵.

Affermazioni, queste, ben contrastanti con le magnifiche sorti disegnate dal Lapucci; con ogni probabilità, però, due sono le ragioni della malinconica descrizione del Piombanti.



G. Rommer o Romano, *Veduta del Porto di Livorno*, dipinto a olio su tela, 1849, C.C.I.A.A. Livorno

² Per la statistica è sommamente utile la consultazione, per rimanere in una dimensione sincronica, degli interessantissimi *Annuari “Meozzi”*, che tra diciottesimo e diciannovesimo secolo si proposero come efficaci raccolte di dati relativi alle attività produttive del territorio. In particolare, per il periodo da noi considerato: *Guida Commerciale livornese*, Anno 51°, Livorno, 1907; *Guida Commerciale Meozzi di Livorno e Provincia*, Anno LXVI, Firenze, 1923 (entrambi reperibili presso la Biblioteca Centrale dell’Accademia Navale di Livorno).

³ Lapucci, *Compendio di storia e geografia della Provincia di Livorno*, Livorno, 1887, p. 9: opera certamente volta alla didattica, (“*Approvato dalle autorità scolastiche per le classi elementari inferiori*”), ma ricchissima di spunti – nella sua brevità – tutt’altro che didascalici.

⁴ Ci riferiamo ovviamente alla prima edizione della stessa: Piombanti, *Guida storica ed artistica della Città e dei contorni di Livorno*, Livorno 1873. Nella seconda edizione della guida (Id., *Guida Storica e Artistica della Città e dei dintorni di Livorno*, Livorno 1904, p. 61) l’orientamento appare modificato verso un generico auspicio di miglioramento delle condizioni infrastrutturali del porto livornese.

⁵ Piombanti, *op. cit.*, pp. 147-148. L’occasione della Mostra merita infine un’ulteriore citazione, sempre dal Piombanti (p. 149): “*Livorno abbisognerebbe essenzialmente del patriottico, efficace e pronto concorso della Camera di Commercio e del Municipio per trovar modo, con tutti i mezzi che sono in lor potere, di rianimare per quanto è possibile la sua languente vita, imitando ed emulando la patria di Colombo*” ...

In primo luogo, la formazione religiosa dell'Autore ed il noto rigore che ne animò l'intera esperienza di sacerdote e di studioso non potevano certo consentire, intorno al 1870 ed in una situazione oggettivamente critica per la nuova Italia e per la ... vecchia Roma, un tono seppur moderatamente ottimista; secondariamente, non è lontano dal vero osservare che, effettivamente, significativi segnali di cambiamento economico incisero sulla Città livornese proprio nel periodo immediatamente successivo al settimo decennio dell'Ottocento.

Questa sensazione è confermata dalla lettura di un altro Autore, di un quarantennio posteriore, Augusto Vittorio Vecchi – notoriamente conosciuto al pubblico con lo pseudonimo, ispirato dalla sua vita di ufficiale di marina, di *Jack La Bolina* – che nel 1913, dando alle stampe un prezioso opuscolo presso l'editore Lumachi di Firenze, proponeva una ricostruzione affatto diversa dell'economia e dell'industria locale, individuando in un preciso momento temporale il contesto degli eventi che avevano determinato una nuova era per Livorno⁶: *“La pace e la sicurezza ... hanno sostanzialmente mutato la natura del porto; di guisa che ogni qualvolta le circostanze geografiche non vi si oppongono, la città marittima che usava avviare verso l'interno le merci elementari (sic!) affidandogliene la manipolazione, oggi si va mutando in centro d'industria attrezzato in modo da potere inoltrare per il consumo merci già sottoposte lungo il lido alla necessaria manipolazione. ... Presso di noi codesta mutazione è apparsa con inevitabile (sic!) ritardo dovuto alla nostra immaturità. Ma poi, essendosi questa attenuata a partire dal 1890, Livorno è stato uno tra i porti italiani su cui, tra i primi, la riforma ha alberggiato”*.

Il passaggio dall'uno all'altro Autore sembra potersi interpretare nel senso che segue: se per il Canonico Piombanti lo stesso porto, in ragione della condizione privilegiata e franca, costituiva la fonte diretta per la ricchezza della Città labronica, per il Vecchi il porto si sviluppa precipuamente quale elemento di contesto, esso è il luogo deputato ad accogliere ciò che il territorio, con le proprie strutture industriali e logistiche, trasforma e diffonde in un nuovo ambito nazionale ed internazionale.

Tanto ciò appare vero che, subito dopo, il Vecchi classifica con un primo tentativo le labroniche “industrie fiorenti” in due categorie: quella tradizionale (*“stracci, coralli, antimonio, canditi e costruzione navale”*) e quella “moderna” (*“riduzione dei minerali a metalli, del frumento a semola, delle sabbie silicee a vetri, dei carboni fossili a formelle”*)⁷.

Nonostante le apparenze, allo stesso Vecchi non sfugge il dato fortemente innovativo e peculiare anche dell'industria, definita “tradizionale”, della cantieristica; il peso industriale ed occupazionale dello stabilimento dei Fratelli Orlando – fin dal 1866 stabilitosi in Città – è descritto in tutta la sua consistenza, non tralasciando di constatare la ormai consolidata interrelazione tra la stessa impresa e le industrie nazionali dell'acciaio (Terni, in parte compartecipata dagli stessi Orlando), della tecnologia (Galileo), della motoristica (Fiat-San Giorgio), degli armamenti (tra gli altri, Vickers). E non serve rammentare il peso, a livello centrale, che certamente la proprietà e la collocazione delle nuove infrastrutture ebbero in nume-

⁶ A.V. Vecchi (Jack La Bolina), *Livorno (La Toscana illustrata)*, Firenze, 1913, pp. 111 sgg.

⁷ *Id.*, *op. cit.*, p. 112.



Veduta della Porta a Pisa di Livorno, acquaforte, 1781-1783/1814, C.C.I.A.A. Livorno



rose determinazioni politiche ancora oggi caratterizzanti la vita sociale e la storia livornese: si pensi alle strette relazioni della Città con Benedetto Brin, e si coglierà appieno il senso di questo incidentale cenno.

Periodo di trasformazioni, dunque, quello legato al decennio 1880-1890, perfettamente coerenti con l'immagine evolutiva ordinaria dei porti da "empori" a "industriali"; ma fu periodo di trasformazioni probabilmente inferiori alle attese su un diverso piano, quello in generale logistico.

L'eterno problema delle infrastrutture portuali (e retroportuali), infatti, sembra già da allora chiudere sia fisicamente sia concettualmente gli spazi per transitare dalla potenza all'atto, quanto alle astratte attitudini di Livorno ad una indefinita espansione, non più legata al privilegio ed al porto franco.

Ancora il Vecchi, implicitamente, ben coglie tale profilo quando – in perfetta linea con le proprie inclinazioni di ... uomo d'acqua – si pone il problema della relazione fisica tra Livorno ed il territorio, risolvendolo con una lunga digressione intorno all'opportunità di potenziare le vie fluviali (dai canali del Lago di Massaciuccoli, ai Navicelli, all'Usciana) intorno ad un centro gravitazionale costituito dalla stessa Livorno, per consentire il più economico e conveniente interscambio tra entroterra e mare⁸.

Il problema considerato è, invece, assai meno presente nel quarto riferimento bibliografico che si propone alla nostra attenzione, costituito dalla *Guida* di Umberto Ceccardi, nella sua edizione del 1930⁹: un po' per il carattere ben più divulgativo, un po' per una funzione evidentemente celebrativa della Città, in questo caso si dà della situazione economica un'immagine ormai piuttosto ipostatizzata, dove anche la descrizione dell'industria turistica – già ben attestata da almeno quattro decenni nella considerazione degli scrittori delle cose livornesi¹⁰ – appare semplificata in una breve rassegna degli stabilimenti balneari ancora attivi.

Solo con un paio di monografie di taglio precipuamente storico ed economico – e di ben maggiore impegno – si giunge infine, proprio nello stesso periodo identificato come di chiusura dell'arco cronologico coperto dalla Mostra odierna, ad un esame che può dirsi pienamente cosciente e maturo, quanto ai problemi della Città in relazione alle sue potenzialità logistiche e produttive.

Gino Guarnieri prima¹¹, e poi Mario Baruchello¹² daranno conto dei parziali successi – il porto conobbe una profonda opera di ristrutturazione chiusasi agli albori degli anni '30 del Novecento – ma, soprattutto, delle eterne difficoltà per l'apparato infrastrutturale labronico a tenere il passo con le esigenze di comunicazione con la Penisola e con l'Europa; è singolare che, a distanza di più di ottanta anni – sia pure inframmezzati di un conflitto mondiale, che punì oltre ogni ragionevole misura la nostra



Renuccio Renucci, *Canale dei Navicelli*, dipinto a olio su tela, 1929, C.C.I.A.A. Livorno

⁸ Ci riferiamo qui all'intero Capitolo VI di Vecchi (Jack La Bolina), *op. cit.*, pp. 131 sgg.

⁹ Ceccardi, *Guida di Livorno*, Livorno, 1930.

¹⁰ Cfr. Funaro, in Vigo ed AA., *op. cit.*, pp. 154 e sgg.

¹¹ Guarnieri, *Il porto di Livorno e la sua funzione economica dalle origini ai tempi nostri*, Pisa, 1931, oggi rara monografia di esemplare chiarezza e sintesi anche sugli aspetti più squisitamente storici afferenti alla Città Labronica.

¹² Baruchello, *Livorno e il suo porto – Origini, caratteristiche e vicende dei traffici livornesi*, Livorno, 1932.

Città¹³ – i problemi si ripropongano con una analoga evidenza, e con ogni probabilità trovando le più logiche soluzioni per le stesse vie indicate al tempo.

Vie di ferro, e non d'asfalto o d'acqua, in particolare: è sufficiente leggere – con i dovuti distinguo in proporzione alle questioni attuali – le pagine del Guarnieri¹⁴ o, previa un'attenta scrematura delle incrostazioni propagandistiche, scorrere le chiare indicazioni del Baruchello¹⁵, per cogliere nella misura dovuta come l'ineludibile sviluppo ferroviario di sistema, nell'area dell'entroterra, sia sempre stato percepito come condizione di conservazione e di sviluppo del cuore pulsante costituito dal porto.

Se questo è l'ambito territoriale ed infrastrutturale osservabile, riferibile all'arco temporale coperto dalla Mostra – un ambito di criticità necessarie, indotte dalla particolare sensibilità di ogni luogo, votato alla comunicazione, alle contingenze più generali – entro questo si deve collocare una vivace realtà produttiva labronica, in parte legata alle industrie pesanti, in parte connessa alle produzioni ormai consolidate, sin dal primo diciannovesimo secolo, di beni dalle caratteristiche peculiari ed al commercio di beni importati e lavorati in loco.

Qui la statistica ci soccorre; già l'elenco delle industrie minori nel 1886, presente ancora in Baruchello¹⁶, evidenzia una varietà imprenditoriale oggi apparentemente straordinaria: dalle produzioni di fiammiferi di cera alla lavorazione del giaggiolo, dalla fabbrica di berretti all'uso di Levante già presente nel 1838¹⁷ alla fabbrica di abbozzi da pipe "Houiter Arnaldi", che impiegava dodici persone, si consolida senza dubbio l'idea di un'eterogeneità produttiva e commerciale assai spiccata.

In questo contesto, fertile fu il terreno per il sorgere – insieme alle prime esigenze di comunicazione, di pubblicità, di *marketing*, direbbe qualcuno oggi – dei decisivi segni esteriori, dei desiderati segnali estetici della produzione e del commercio, dei veri riferimenti visivi per chi si approssimasse al consumo od alla fornitura di beni e prodotti; in questo contesto, dunque, deve leggersi anche l'oggetto della Mostra.

Ora, forte sarebbe la tentazione di richiamare, anche da parte nostra, qualche riferimento artistico, sociologico, simbolico: ma tanto e tanto bene hanno già fatto i Professori Marchis – sotto l'aspetto ermeneutico generale – e Tosi – per il profilo estetico, che ci dobbiamo trattenere dal proporre qui considerazioni che, per questo e necessariamente, risulterebbero certamente minori.

Due sole cose si possono, però, osservare, per cercare di fornire un paio di ulteriori criteri interpretativi della singolare iconografia esposta.

La prima notazione consiste in ciò, che le carte ed i simboli offerti esprimono tutti, in misura mag-

¹³ Tristissimo, penoso il ricordo suscitato dagli episodi riferiti esemplarmente dal Razzagata, *Livorno nostra*, Livorno, 1948, in particolare alle pagg. 206 e ss.: lettura anche oggi assai consigliabile.

¹⁴ Guarnieri, *op. cit.*, pp. 213 sgg.

¹⁵ Baruchello, *op. cit.*, pp. 674 sgg. in particolare.

¹⁶ Baruchello, *op. cit.*, pp. 640 sgg., in nota 1.

¹⁷ Guarnieri, *op. cit.*, p. 202.



Renuccio Renucci, *Il Marzocco*, dipinto a olio su tavoletta, 1937, C.C.I.A.A. Livorno



giore o minore, un costante legame con quelli che potremmo definire i formanti culturali e sociali del territorio labronico: dalla cultura artistica a quella letteraria, dalla storia (il Marzocco, per tutti) ai riferimenti esotici o coloniali o di provenienza originaria del produttore, quasi sempre il marchio rappresenta la chiave di lettura di ciò che il prodotto rappresenta per il produttore stesso, e di ciò che da parte di quest'ultimo si vorrebbe rappresentare al pubblico.

La seconda osservazione ha un connotato, diremmo, morale: non ci si può nascondere, infatti, che in queste rappresentazioni – pure dirette, come detto più volte, alla finalità anche di presentazione, di introduzione del prodotto al potenziale fruitore – sembra di poter cogliere pressoché costantemente non un intento esclusivamente promozionale, di invito all'acquisto, bensì un apprezzamento anzitutto interiore del prodotto e della profonda *dignità* del proprio lavoro.

Perciò, quello che può, forse, a noi apparire episodicamente come ingenua raffigurazione di una desiderata nobiltà, è in realtà l'epifania dell'interiore legame di *solidarietà* con la propria storia, con la propria cultura, con il proprio territorio: epifania, perciò, di valori che anche oggi costituiscono vera e determinante premessa, per un reale progresso economico e sociale.

Piace perciò credere, concludendo, che – per effetto dell'ultima chiave di lettura proposta – anche ai nostri giorni si possano convenientemente cogliere i segnali che questa piccola, umile storia di simboli ci tramanda: ciò, per contribuire ad edificare il nostro futuro nel rispetto dei valori della civiltà, della dignità e dell'onestà del positivo operare umano, il cui pieno recupero è, oggi, più di un tempo ineludibile.



Oreste Cesare Tarrini, *Scaricatori*, scultura in legno intagliato, 1931, C.C.I.A.A. Livorno

Note del curatore

La prima legge del Regno d'Italia sui Marchi e segni distintivi di fabbrica è del 30 Agosto 1868 (L. 4577). Chi desiderava riservarsi l'uso esclusivo di un Marchio per distinguere i prodotti della sua industria o le mercanzie del suo commercio doveva seguire una procedura ben precisa: la domanda, su carta da bollo, doveva contenere i dati del richiedente, una descrizione del Marchio che si voleva registrare e due esemplari identici del medesimo, fatto "*sopra lastre metalliche, pezzetti di cartoncino ben solido o pergamena, e simili materie poco soggette a deperire*". La documentazione andava presentata ad una delle Prefetture del Regno che, verificata la regolarità dei documenti, li inviava alla Sezione delle Privative Industriali del Ministero di Agricoltura Industria e Commercio. Se la richiesta veniva accolta, il Ministero rilasciava al titolare l'attestato di trascrizione, pubblicando periodicamente sulla Gazzetta Ufficiale del Regno l'elenco dei Marchi registrati; inoltre, custodiva una delle due copie dell'esemplare trascritto ed inviava l'altra copia alle Prefetture, che dovevano conservarla e renderla nota al pubblico.

Se nella stessa località della Prefettura si trovava una Camera di Commercio, il compito di conservare e di rendere *ostensibile* (pubblico) il Marchio era affidato a quest'ultima, che lo affiggeva all'albo a tutela degli interessi delle categorie imprenditoriali. Il concetto di pubblicità cui si fa riferimento nella legge è quindi di natura giuridica e non commerciale: l'affissione all'albo camerale aveva lo scopo principale di tutelare l'originalità del prodotto e il diritto di proprietà dell'imprenditore, scoraggiando la contraffazione e contribuendo a garantire l'affidabilità e la regolazione del mercato, elementi essenziali ai fini di una corretta competizione economica. A Milano, ad esempio, la Camera dichiarava di pubblicare regolarmente i marchi sul quotidiano economico "Il Sole", mentre viceversa evitava la prolungata esposizione degli originali negli uffici per evitare il deterioramento dei colori dovuto ai raggi solari¹.

I Marchi pubblicati in questo catalogo rappresentano una selezione di quelli conservati nell'archivio storico della Camera di Commercio di Livorno: sono stati scelti secondo un criterio che cercasse di coglierne la suggestione iconografica, i significati simbolici sottesi, e di osservare al contempo alcune attività produttive dell'economia locale. Il periodo di riferimento è quello tra Otto e Novecento, anni in cui la produzione di massa e i nuovi processi di fabbricazione introdotti dalla Seconda Rivoluzione Industriale creano in Italia le condizioni favorevoli allo sviluppo del Marchio moderno: i sistemi di funzionamento, i materiali, i gusti, i modi di utilizzo, tutto cambia e pone al consumatore dei problemi di comprensione e di fiducia interamente nuovi. Si rende allora necessario "spiegare", garantire e rendere familiari le merci².

I Marchi sono disposti nel catalogo in ordine cronologico, secondo la data di presentazione della domanda di registrazione. Alcuni di essi sono accom-

¹ G. Paletta, *I marchi di fabbrica nell'Archivio Storico della Camera di Commercio di Milano*, in *I marchi di fabbrica a Milano: 1868-1913*. Milano, C.C.I.A.A., 1992.

² A. Semprini, *La marca: dal prodotto al mercato, dal mercato alla società*, Milano, Lupetti, 1996.

Note del curatore

pagnati dalle relative descrizioni, che il richiedente aveva l'obbligo di inserire nella domanda medesima: si è ritenuto infatti che queste descrizioni, previste dalla legge, possano oggi offrire spunti interessanti ed inedite letture linguistiche. Per poter fornire al lettore un quadro d'insieme più completo, sono inoltre presenti alcune notizie e curiosità sulle imprese titolari.

Sfogliando le pagine di questa pubblicazione, ad esempio, risulterà evidente l'utilizzo simbolico degli elementi più rappresentativi del territorio livornese e del mare che lo bagna: in molti Marchi, infatti, si rivendica l'appartenenza geografica come garanzia di qualità ed elemento di identificazione. Così, per esempio, il fanale del porto illumina ed orienta il consumatore sull'eccellenza della *lisciva per bucato di Luigi Fedi* e sulla bontà della *frutta candita di Oreste del Buono*; Ercole Labrone adagiato sugli scogli è scelto dai F.lli Canessa per il loro surrogato di caffè, mentre un piroscifo fumante traghetta al pubblico la *biacca sopraffina di Antonio Leoni*.

Alcune ditte, per esaltare le virtù dei loro prodotti, ricorrono invece ad animali che nell'immaginario collettivo evocano sensazioni positive, come l'invincibile aquila del *Balsamo Paolini* o il nobile leone delle *pastiglie balsamiche Castelli*; altre si appellano ai miracoli dei Santi, o alla bonarietà di frati pasciuti che invitano a godere del *vino aleatico di Portoferraio*, come i F.lli Bertocchini. Altre ancora si affidano alle stelle, simbolo di sogno e perfezione: è questo il caso dei saponi Conti e della pasta che nel 1901 i F.lli Buitoni di Sansepolcro producevano a Livorno, in un pastificio di Torretta, per ricordarci sempre che le difficoltà del presente possono essere la luce del domani.

Per aspera, ad astra.

Buona lettura.

Filippo Lenzi

LEONI

SPECIALITA' DELLA DITTA
ULISSE LEONI-LIVORNO



GRAN
LIQUORE
DA DESSERT

Stagi, Gotti & C. Livorno

CONDOR

BREVETTATO



Marchi d'impresa livornesi
a cavallo tra due secoli
(1880-1930)



Attività: Fabbricazione di specialità medicinali

Nel 1865 il farmacista Carlo Paneraj, di nazionalità svizzera, rileva l'antica Farmacia di Santa Barbara, situata in via Vittorio Emanuele II n. 50. Annesso al locale, realizza anche un piccolo stabilimento farmaceutico, dove comincia a preparare pastiglie contro la tosse, a base di Tridace (estratto di lattuga), che ebbero un discreto successo internazionale. Fra le altre specialità del laboratorio si ricordano i preparati a base di catrame purificato: il farmacista, infatti, escogita un sistema per purificare il catrame, all'epoca utilizzato come panacea per molti mali, ma di cattivo gusto e pessimo odore.

Dal 1899 l'attività è proseguita dalla neonata società *Dott. Enrico Lancel & C* successori di *C. Paneraj*, fino al 1958.

- **Marchio: Pastiglie Paneraj**

Data di deposito: 3 Agosto 1877

Data di registrazione: 17 Settembre 1877

"Quattro etichette stampate su carta gialla ornata di fregi e medaglioni coll'iscrizione Pastiglie Paneraj, la maggiore delle quali porta l'iscrizione Pastiglie Paneraj a base di Tridace per la tosse, un timbro ovale rosso colla leggenda attorno Marca di fabbrica Paneraj e nel centro la parola Livorno [...].

Il suddetto Marchio è adoperato per rivestire e chiudere le scatole contenenti le dette pastiglie delle quali ha deposito nelle principali Farmacie d'Italia?

Fasc. 465. Fondo Ministero Industria Commercio e Artigianato. Ufficio Italiano Brevetti e Marchi, Serie Marchi. Copia esposta per gentile concessione Archivio Centrale dello Stato



Per evitare la falsificazione si osservi che ogni scatola delle vere Pastiglie Paneraj oltre ad avere la firma del suo preparatore ed esser chiusa con due timbri in ceramica verde con la ditta - C. Paneraj Farmacista Livorno - sarà munita di una speciale marca di fabbrica posta sotto la tutela delle leggi, impressa in color rosso, avente a distintivi una corona ed una stella.

- **Cartello pubblicitario affisso nelle Farmacie del Regno**

23x34 cm, 1925 circa, collezione F.L.

- **Pastiglie Paneraj**

Scatola in latta, 1925, collezione F.L.

- **Carta intestata (1881)**



Attività: Commercio di acqua purgativa

Le Terme Tamerici di Montecatini furono così chiamate per la presenza di piante di tamerici intorno alla sorgente d'acqua, rinvenuta nel 1842. Il terreno era all'epoca della famiglia Schmitz, che lo sfruttò costruendo uno stabilimento termale e facendo commercio dell'*acqua purgativa*. La famiglia risiedeva a Livorno, dove aveva una Casa Commerciale fin dal 1835.

Le Terme Tamerici sono oggi la sede di esposizioni d'arte e luogo d'incontro e cultura per turisti.

- **Marchio: Polle delle Tamerici**

Data di deposito: 7 Febbraio 1881

Data di registrazione: 18 Marzo 1881

- **Da "Guida alle acque minerali d'Italia" di G. Jervis, 1868**

- **Gazz. Uff. del Regno n. 181 del 1866**

(Fonte: Progetto Au.Gu.Sto - DigitPA)



AVVISO AL PUBBLICO

Gli eredi Schmitz, proprietari della Fonte della ben conosciuta acqua purgativa delle Tamerici a Montecatini, all'oggetto di impedire le frequentissime avvertute contraffazioni, rendono noto a tutti gli acquirenti, come da oggi in poi i fasci contenenti l'acqua suddetta, saranno muniti oltre al bellico solito, di un filo giallo fermato da nastri dello stesso colore, un poco più scuro; inoltre verrà apposto intorno del collo dello stesso fascio un cartello triangolare verde, a modo di spirale, sul quale si leggono in litografia le seguenti indicazioni:

PROPRIETÀ SCHMITZ — Acqua delle Tamerici purgativa e deconstrata.
Dose 8 o 4 bicchieri per avere una purga abbondante prima la mattina a digiuno.

Bagni di Montecatini in Toscana, il primo giugno 1861.

12* **L'acqua delle Tamerici**, così detta dai cespugli di tali alberi che vi crescevano anticamente tutt'intorno, pullula un poco a ponente del Bagno Leopoldo. Fu scoperta nel 1842.

Caratteri fisici. — Limpidissima, incolore e senza odore di sorta, ha un sapore salso non disgustoso; dibattuta in un tubo di cristallo sprigiona molte piccole bollicelle di gas, le quali si staccano con impeto se l'acqua si sbatte dentro lo stesso tubo, chiuso col dito. Trovasi in Commercio.

Proprietà mediche. — È purgativa.

Attività: Produzione filati di lino e cotone

Carlo Niemack, Console di Germania, istituisce nel 1878 una società con domicilio a Livorno, in piazza V. Emanuele II n. 20 (oggi piazza Grande) e stabilimento a Lucca, per produrre filati di lino e di cotone. Utilizza spesso sui suoi Marchi l'ancora, come simbolo di sicurezza ed affidabilità del prodotto.

Nel 1890 la piccola azienda di Niemack si fonde con il Cottonificio Cantoni, costituito a Milano nel 1872, per dare origine alla S.A. *Fabbriche Italiane Filati Cucirini*, che pur mantenendo lo stabilimento lucchese trasferisce la sede legale a Milano. Da essa ha avuto origine nel 1904 la *Cucirini Cantoni Coats*, oggi denominata *Coats Cucirini*.

Il Marchio àncora, introdotto da Niemack intorno al 1880, contraddistingue tutt'oggi alcuni filati da ricamo presenti in commercio.

- **Marchio: C. N.**

Data di deposito: 1881

"Il marchio, già legalmente usato in Belgio sopra articoli di filati di lino, di cotone, nonché su etichette ed imballaggi, verrà adoperato nello stesso modo e sui medesimi oggetti dei quali intende fare commercio nel Regno".



Carlo Niemack e C.

- **Cucirini Cantoni Coats**

Filati cucirini a Marchio Ancora, anni '40. Collezione F.L.
Ai lati dell'ancora è presente l'acronimo C. N., iniziali di Carlo Niemack



Benvenuti & Salsiccioni

Attività: Fabbricazione fiammiferi di cera

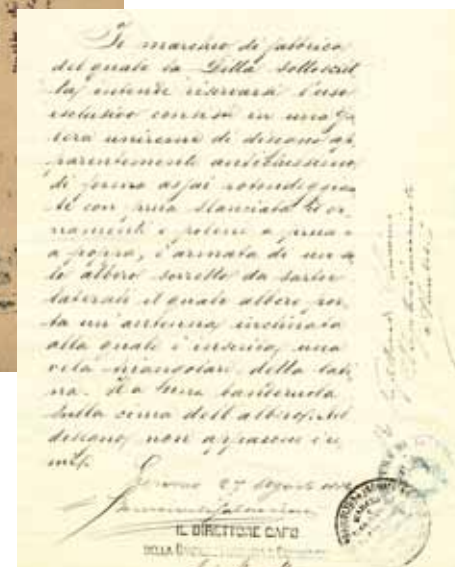
La società si costituisce nel 1884 tra i soci Benvenuto Benvenuti e Carlo Salsiccioni, allo scopo di produrre fiammiferi di cera. Al censimento delle industrie presenti nella Provincia di Livorno, effettuato dalla Camera di Commercio nel giugno del 1908, non risultava più attiva.

- **Marchio: Benvenuti e Salsiccioni**

Data di deposito: 26 Agosto 1884

Data di registrazione: 29 Novembre 1884

- **Descrizione del Marchio**



F.lli Virgilio fu Federigo

Attività: Fabbrica di candele

La F.lli Virgilio fu Federigo nasce nel 1878, tra i fratelli Angiolo e Guglielmo Virgilio, e rimane in attività fino al 1927. Produce candele di cera e candele steariche. La stearina è una miscela inodore di componenti animali e vegetali, oggi generalmente sostituita dalla più economica paraffina, prodotta dalla raffinazione del petrolio.

Le cererie sono uno dei settori storici dell'industria chimica livornese, assieme ai laboratori farmaceutici, alle fabbriche di saponi, di vernici e di agglomerati.

- **Marchio: Candele F.lli Virgilio fu Federigo**

Data di deposito: 23 Luglio 1890

Data di registrazione: 25 Gennaio 1891

Nota: il Monumento dei Quattro mori è scelto dalla ditta per rivendicare la propria appartenenza a Livorno, i cui simboli più rappresentativi sono spesso utilizzati nei Marchi come elemento di identificazione territoriale.

- **Descrizione del Marchio**

- **Particolare del Marchio**

Particolare



Il sottoscritto Angiolo fu Federigo Virgilio domiciliato in Livorno quale proprietario della sua ditta Fratelli Virgilio fu Fed. degni dichiara espressamente, in conformità della legge 24 Agosto 1884 relativa all'adozione dei marchi di fabbrica per le candele steariche, adottare il marchio e segno di struttura col monumento coi detti dei quattro mori quale marchio dovrebbe fornire alla sigellazione dei pacchi delle dette candele ed in verrebbe riservato l'uso esclusivo.



F.lli Virgilio fu Federigo

- **F.lli Virgilio**

Denuncia di esercizio attività (1911)

Denuncia di esercizio di commercio o industria

Onorevole Camera di Commercio e Industria
di LIVORNO.

L. sottoscritt. ⁽¹⁾ *Angelo e Guglielmo F.lli Virgilio*

domiciliat. nella Provincia di Livorno, Comune di *Livorno*
Via *Beccosi* N.° *81*

in esecuzione di quanto prescrivono gli articoli 58 della Legge 20 Marzo 1910, n. 121, sulle Camere di Commercio e Industria, e 72 del Regolamento relativo approvato con R. Decreto del 19 Febbraio 1911, n. 245, e pubblicato nella "Gazzetta Ufficiale" del di 8 Aprile 1911, **denuncia** alla Camera di Commercio e Industria di Livorno l'esercizio della

Ditta Società *F.lli Virgilio fu Federigo*

costituita il di *nell'anno 1878*

succeduta alla Ditta Società

con Sede in

attendendo al ramo di commercio o industria seguente:
Fabbrica di Candele di Cera e Steariche

⁽²⁾ col capitale sottoscritto di L. _____ versato di L. _____
e con la durata di anni _____ dal _____

La firma è delegata a Signor ⁽³⁾
Anche separatamente ad Angelo e Guglielmo Virgilio

⁽⁴⁾
A di *24 Maggio* 1911.

(Firma del commerciante o industriale, ovvero del soci della società in nome collettivo, dei soci accomandanti o degli amministratori per le società anonime)

Angelo Virgilio
Guglielmo Virgilio

L'Incaricato della Camera di Commercio e Industria

Registrata al *8-113* d'ordine del Registro delle Ditte

Jenny Kotzian

Attività: Fabbrica di surrogato di caffè

Fino agli anni Quaranta, il caffè in Italia è allungato o sostituito con surrogati più economici, spesso di scarsa qualità, a causa del suo costo elevato, dell'embargo della Società delle Nazioni e dell'autarchia fascista.

Pietro Kotzian, commerciante livornese di stoffe, nel 1850 acquista un terreno a Torre del Lago, dove costruisce una residenza di caccia con annessa una fabbrica di surrogato di caffè.

Nel 1887, Pietro sposa sua cugina Jenny, che alla morte del marito assume la guida della fabbrica.

Il Marchio esposto è stato depositato dal sig. Schipani di Livorno, che dal 1890 acquisisce i diritti sulla privativa industriale del surrogato di caffè di Jenny Kotzian, a base di fichi, semi d'uva e grasso di suino.

- **Marchio: Surrogato al Caffè**

Data di deposito: 2 Giugno 1890

Data di trascrizione: 21 Luglio 1890



Jenny Kotzian

- **Gazz. Uff. del Regno n. 211 del 1890**
(Fonte: Progetto Au.Gu.Sto - DigitPA)
- **Particolare del Marchio raffigurante la fabbrica e la villa del sig. Pietro Kotzian**
- **Descrizione del Marchio**

MINISTERO di Agricoltura, Industria e Commercio

DIVISIONE I. — SEZIONE II — SOTTO SEGRETARIATO DI STATO

Trasferimento di privativa industriale.

Con atto pubblico in data 13 marzo 1890 rogato Minucci notaio a Livorno ed ivi registrato al n. 779 del libro 53, fog. 64, la signora Jenny di Livorno ha ceduto e trasferito al signor Schipani Ignazio pure di Livorno tutti i diritti ad essa spettanti sulla privativa industriale rilasciatale, con attestato 21 febbraio 1890, vol. 52, n. 451, della durata di tre anni a partire dal 30 giugno 1889, per un trovato designato col titolo « Surrogato al caffè con fichi, semi d'uva e grasso di suino.

Il relativo atto di trasferimento venne presentato alla Prefettura di Livorno il 2 agosto 1890, e fu registrato all'ufficio speciale della proprietà industriale presso questo Ministero al numero 1013 per gli effetti di cui all'articolo 46 della legge 30 ottobre 1859, n. 3731.

Roma, il 5 settembre 1890.

Per il Direttore
TRINCHERI.



F.lli Canessa di Luigi

Attività: Fabbrica di surrogato di caffè

La società, costituita nel 1884 dai fratelli Guglielmo, Arturo e Cesare Canessa, in origine produceva cedri canditi e commerciava riso e *civaje* (legumi). Dopo la morte dei suoi due fratelli, Cesare Canessa rimane unico proprietario della ditta, che nel corso degli anni si specializza nella fabbricazione di cicoria e surrogati di caffè. Dal 1909 l'attività è ceduta alla *Gower & Maffei*, sciolta il 14 Novembre 1912.

- **Marchio: C. Canessa - Surrogato al Caffè**

Data di deposito: 24 Giugno 1895

Data di registrazione: 12 Novembre 1895

"Figura di vecchio semisdraiato sugli scogli e rappresentante Labrone, dai capelli irti e dalla barba lunga, con la testa appoggiata al braccio destro. Il marchio sarà usato per contraddistinguere il surrogato di caffè prodotto dal richiedente, applicandolo sui recipienti contenenti il prodotto".

Nota: secondo la leggenda, Ercole Labrone fondò la città di Livorno domando l'aspro ambiente locale. Le sue fatiche sono splendidamente narrate in "Livorno Nostra" di Gastone Razzaguta, scrittore, pittore e critico d'arte livornese (1890-1950).

- **Carta intestata**

Particolare



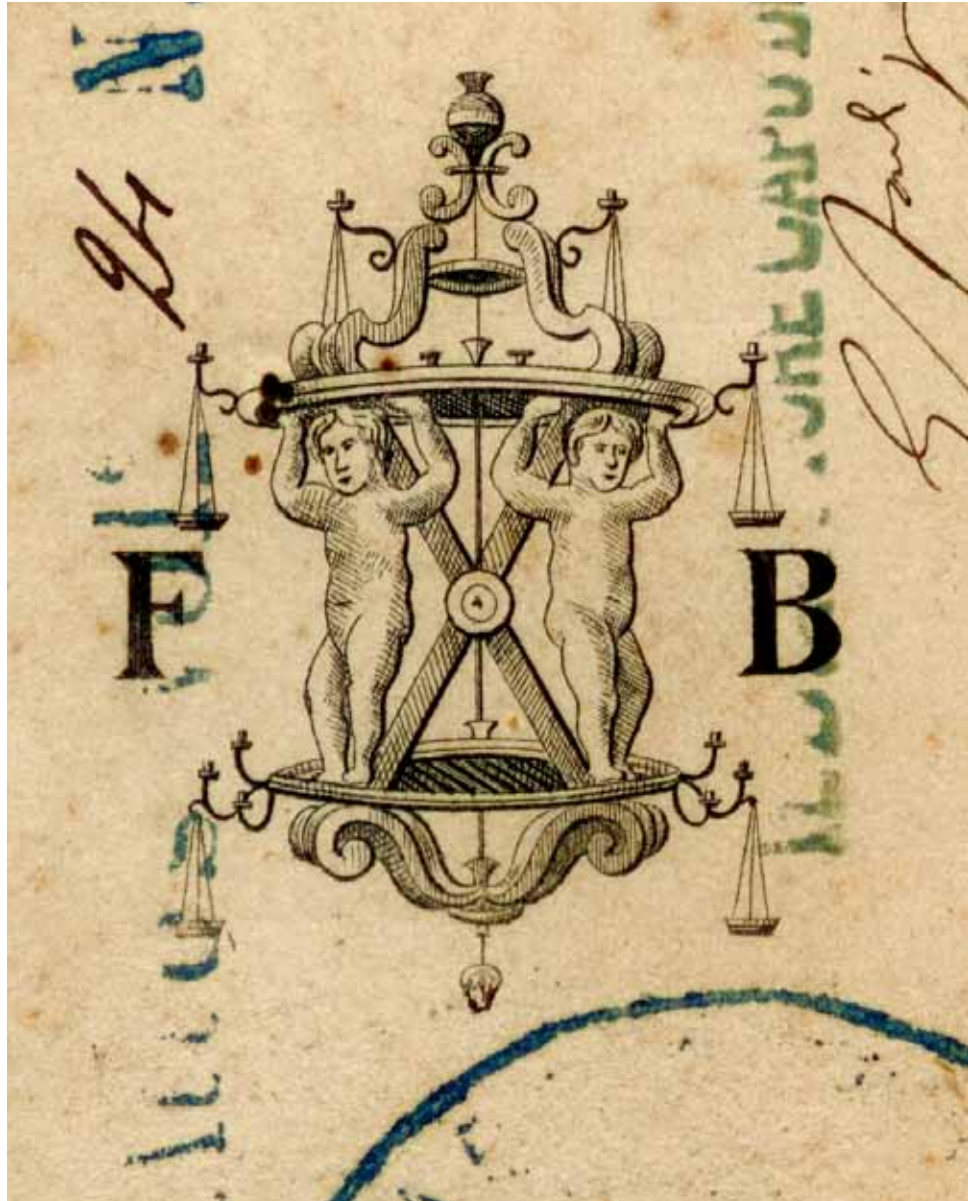
Attività: Fabbrica di orologi

Bergeon è una famiglia di orologiai svizzeri di origine francese. Nel 1870 Louis François costituisce coi suoi due fratelli una fabbrica anche a Livorno, il cui porto era uno dei più importanti centri del commercio orologiaio ed orafa della Svizzera. Dal 1910 al 1932 l'attività è proseguita dai nipoti, sotto la ragione sociale *I figli dei F.lli Bergeon*, con sede sugli Scali Saffi n. 10.

- **Marchio: Orologi Bergeon**

Data di deposito: 4 Febbraio 1893

Data di registrazione: 17 Aprile 1893



F.lli Bergeon

- **Descrizione del Marchio**

Particolare

- **Lampadario al centro della navata del Duomo di Pisa, raffigurato nel Marchio**

Foto a stampa in b/n su cartoncino, Studio Van Lint, 1930 circa, Pisa



Attività: Farmacista

Nel 1892 il signor Francesco Ceccardi presenta richiesta di trascrizione di un Marchio da utilizzare per contraddistinguere un suo preparato contro i geloni, raffigurante lo stemma di famiglia.

Nell'archivio camerale non sono stati trovati ulteriori documenti in grado di chiarire l'attività svolta, che tuttavia si presume essere quella di farmacista.

- **Marchio: Preparato per guarigione dei geloni**

Data di deposito: 3 Novembre 1892

Data di registrazione: 16 Novembre 1892

- **Descrizione del Marchio**



Attività: Distilleria

Enrico Serafini si specializza nella produzione di vini, liquori e vermouth a partire dal 1890. Nel 1908 vende a Giovanni Ogna, amministratore delegato della S.a. *Distilleria Ogna* di Milano, il diritto di fregiare ed intestare la propria Ditta del nome o ragione sociale "Enrico Serafini, Livorno", obbligandosi a non continuare l'industria della fabbricazione e vendita di liquori sotto il medesimo nome o ragione sociale.

Dal 1910 Enrico Serafini esercita l'attività di agente e rappresentante di commercio sotto la ragione sociale *Enrico Serafini fu Raimondo*.

- **Marchio: Enrico Serafini**

Data di deposito: 7 Luglio 1893

Data di registrazione: 10 Ottobre 1893

"Stemma gentilizio immaginario sormontato in alto da corona simbolica e sorretto ai lati da due leoni araldici. Il leone di destra con una zampa regge un'asta, quello di sinistra regge un'ancora.

Questo marchio sarà usato per contraddistinguere vini, liquori, rhum, e specialmente il vermouth igienico, applicandolo sui fusti e le bottiglie contenenti i prodotti".

Nota: il leone è spesso utilizzato nei Marchi per esprimere forza ed efficacia del prodotto. Allo stesso scopo esso compare su altri Marchi presenti in catalogo (vedi Reale Farmacia Castelli e Francesco Ceccardi).



Enrico Serafini

- **Carta intestata E. Serafini fu Raimondo**

Particolare

- **Vermouth Serafini**

Cartolina pubblicitaria, 1930 circa, collezione F.L.



Attività: Farmacia con annesso laboratorio

La *Farmacia Pacelli*, con annesso un laboratorio chimico, nasce nel 1892. I suoi prodotti si vendono in molte farmacie del Regno: il *Catramterpeni Pacelli* è un sedativo della tosse, la *Bromoteina Pacelli* cura la nevralgia, la *Pomata Pacelli a base di olio di ricino* contrasta la calvizie; la *China granulare*, efficace per il mal di stomaco, è "assai meglio del bicarbonato di soda, che impoverisce il sangue". Negli stessi locali si trova oggi la Farmacia Paolucci.

- **Marchio: China granulare Pacelli**

Data di deposito: 6 Gennaio 1893

Data di registrazione: 16 Marzo 1893

"Etichetta rettangolare a fondo color rosa. A sinistra si vede una Chinese con un ombrello aperto, al cui interno, su una striscia di colore rosso, leggesi Marca depositata [...]".

Nota: la Cina è un soggetto molto presente nei Marchi di fabbrica. Il gusto per le chinoiserie si diffonde all'inizio del Novecento nelle decorazioni d'interni, sulle ceramiche e nei prodotti per la cura del corpo.

Farmacia Pacelli
Corso Umberto - 49
LIVORNO

Efficacissima nelle malattie dello stomaco, nelle difficili digestioni e catarri gastro-intestinali.

Gustosissima, Tonica per eccellenza, Febbrifuga.

USO

Da un cucchiaino da caffè ad un cucchiaino da zuppa in ¼, bicchiere d'acqua in qualunque ora se ne senta il bisogno. Sempre poi un'ora avanti il pasto.

SI PRESERVI DALL' UMIDITÀ

Ogni cucchiaino da caffè contiene circa Gr. 0.60 di estr. fl.

CHINA GRANULARE EFFERVESCENTE

Pacelli

- **Farmacia Pacelli**

Pubblicità varie su quotidiani locali, 1910 circa

- **Farmacia Pacelli**

Fattura merci per Fiera di Tripoli, 1928

L'ACIDITÀ

(che sparisce all'istante)
DOLORI O BRUCIORI DI STOMACO
(che si calmano subito)

la *cattiva digestione* (che è causa di stitichezza o diarrea) ed il *catarro gastro-intestinale* si guariscono facendo uso della

China Granulare Effervescente

(Specialità della Farmacia PACELLI Livorno) gustosissima, tonica, rinfrescante. Aumenta l'appetito ed allontana la *bile* dallo stomaco la cui presenza ne disturba le funzioni. Viene usata con vantaggio, invece della *cura latteica* tanto noiosa. L'uso del bicarbonato di sodio a lungo andare è causa della *dilatazione di stomaco* e di altri disturbi perchè *impoverisce il sangue*, che perdendo man mano i globuli rossi, dà anemia o debolezza, causa spessissimo del **MAL NERVOSO** che dà tant'oggi.

Per quelli che menano *vita sedentaria* è il miglior preparato per preservarsi da detti mali ai quali in special modo vanno soggetti. Per i bambini è un prezioso ritrovato perchè toglie la *cattiva digestione*, causa di tutti i loro malanni.



il ferro PACELLI
è il Sovrano dei ricostituenti del sangue ridotto, digeribilissimo, ed assimilabilissimo.
GUARISCE
La Clorosi, L'Anemia, L'Amenorrea dismenorrea, (mestruir irregolari, anticipati, posticipati, interrotti, dolorosi, scarsi) La leucorrea, il dolore di capo e stomaco, debolezza, snervatezza, impotenza, ecc.

Premiato Laboratorio Chimico Farmaceutico
PACELLI
Corso Umberto, 56 - LIVORNO - Corso Umberto, 56

...
Li 24 gennaio 1928

Sig. Camera di Commercio Livorno

Eccovi fattura di quanto è ~~compreso~~ *incluso nella* da inviarsi alla
Mostra Campionaria di Tripoli

Per qualsiasi controversia per la verità, il domicilio s'intende sieto a Livorno.

47° 30 fl. fide: China Pacelli Effervescente	£ 130 10
" 15 " grand "	" 130 00
" 80 Vasetti Pomata Pacelli per capelli	" 264 00
" 20 fl. Lozione Antiparassitaria per capelli	" 220 00
" 10 Vasetti Unguento Pacelli per vene varicose	66 00

Attività: Commercio di olio d'oliva

La società si costituisce nel 1836. Esporta in U.S.A. ed Inghilterra acciughe salate in barili ed olio d'oliva, venduto col nome di *Lucca Oil*.

Nel 1906 gli U.S.A. sospendono le importazioni del *Lucca Oil*, ritenendone ingannevole l'etichetta, poichè l'olio non è prodotto nelle vicinanze di Lucca. L'ambasciatore italiano scrive allora una lettera al Segretario di Stato americano, in cui spiega che l'olio prodotto in Toscana è famoso nel mondo come *Olio di Lucca*. Allega alla lettera un documento della C.C.I.A.A. di Livorno, in cui si certifica quanto affermato e si garantisce la serietà della ditta. Il contenzioso si risolve con l'accoglimento del reclamo della Samuel Rae & Co., che può così continuare ad esportare il suo olio negli Stati Uniti.

Viene sciolta nel 1924.

- **Marchio: Samuel Rae Lucca Oil**

Data di deposito: 25 Giugno 1895

Data di registrazione: 24 Luglio 1895

- **C.C.I.A.A. Livorno**

Certificato in favore di Samuel Rae & Co., 1906

- **Pubblicità**

sul Chicago Blue Book of Selected Names of Chicago..., 1890



PROVINCE OF LEGHORN,
CHAMBER OF COMMERCE AND ARTS.

It is hereby certified, for the sake of truth, that from time immemorial, the sweet olive oil of Tuscany has always been designated and known—both in Italy and abroad—by the name of "Lucca oil," and that the reputable firm of Samuel Rae & Co., established here in 1836, lends in the trade, exporting nothing but the best olive oil of Tuscany under the customary name of "Lucca oil."

F. ARDIZZONE, President,
G. BARSANTI, Secretary.

LEGHORN, September 29, 1906.

Rae's Lucca Olive Oil

Is just the perfection of Olive Oil, made from sound, ripe Olives, grown in Tuscany—"The Garden of Italy." Its absolute purity is vouched for by U. S. government analysis

SAMUEL RAE & CO.
Established 1836
Leghorn, Tuscany, Italy

SPRAGUE, WARNER & CO.
DISTRIBUTERS
Randolph Street and Michigan Ave.



Attività: Commercio di pelli grezze

La Società, costituita nel 1847, era specializzata in mediazioni in pellami. Su Livorno rappresentava le ditte *Menzell & C.* (Germania) e *Harling Buschmann & Menzell* (Cina). Nel 1897 fece richiesta al Ministero di Agricoltura Industria e Commercio per la trascrizione di alcuni loro marchi, destinati ad essere utilizzati sopra pellami di qualunque genere, pelliccerie, foderami etc.

- **Marchio n. 1**
- **Descrizione del marchio**



Alessandro Rosacchi Papanti

- Marchio n. 2
- Descrizione del marchio



Fabbrica di mattonelle Motor Henderson & C.

Attività: Produzione mattonelle di carbone

La società fu costituita nel 1898, a seguito di accordo tra la *Henderson & C.* di Livorno e *The Motor patent fuel & C.* di Swansea (Galles).

Lo scopo era produrre e commerciare mattonelle di carbone fossile inglese, *in Livorno o altrove in Italia*: la polvere di antracite veniva compattata con appositi apparecchi di combustione in mattonelle di carbone, dette *panelle*.

La produzione era assorbita quasi completamente dalle ferrovie, per il funzionamento delle locomotive a vapore.

- **Marchio: Motor**

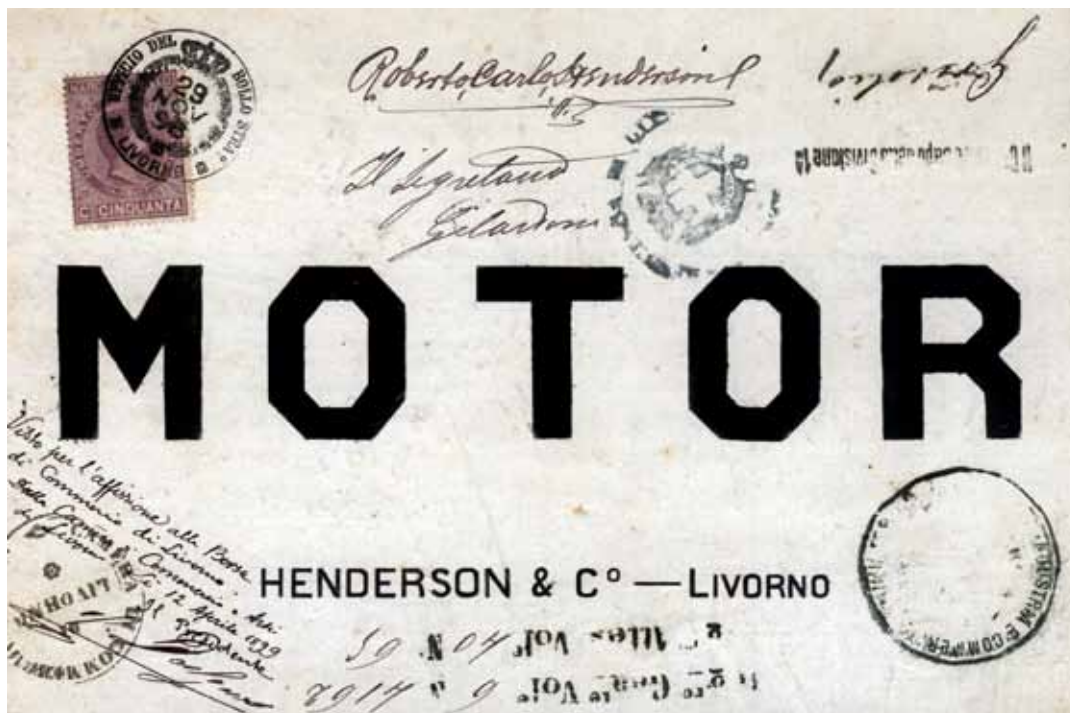
Data di deposito: 1 Dicembre 1898

Data di registrazione: 4 Aprile 1899

"La parola Motor in lettere maiuscole dell'altezza ciascuna di mm 34 ed occupanti nel loro insieme uno spazio di mm 187. Sotto queste parole si legge Henderson & C. - Livorno. Questo marchio sarà impresso sopra le panelle di carbone inglese di sua fabbricazione".

- **Henderson & C.**

Carta intestata, 1890, particolare



15 Vigo e Doccioli

Attività: Fabbricazione e commercio dei liquori

La *Vigo e Doccioli* si costituisce il 27 settembre 1888. Nel novembre del 1930 gli uffici e la fabbrica sono trasferiti nella nuova zona industriale, in via del Marzocco. Tra i prodotti più celebri si ricordano il Gran Liquore al Cioccolato, la Crema Perla d'Oro e l'Amaro Fatus.

Cessa l'attività nel 1932.

- **Marchio: Amaro Fatus**

Data di deposito: 2 Maggio 1899

Data di registrazione: 25 Luglio 1899

"1) Etichetta rettangolare smussata agli angoli con fondo a piccole ellissi, contenenti la scritta Amaro Fatus [...].

2) Capsula di stagno portante nella parte superiore l'impronta a secco Vigo & Doccioli Livorno, fermata al collo delle bottiglie da una etichetta di carta rettangolare a fondo celeste, recante il fac-simile della firma suddetta.

Il marchio sarà applicato alle bottiglie contenenti il liquore".



Vigo e Doccioli

- **Carta intestata**

Particolare.

- **Posacenere pubblicitario**

Collezione F.L.

- **Depliant pubblicitario anni Venti**



Attività: Produzione e vendita medicinali

La *Reale Farmacia Castelli* nasce nel 1848. Tra i suoi prodotti più celebri si ricordano la *Formiatina Huchard* (un tonico muscolare ricostituente) e le *Pastiglie balsamiche* a base di lattucario. Il lattucario, ricavato dal fusto delle piante di lattuga, è ancora oggi usato come blando sedativo e ipnotico.

Il 12 Novembre 1943 il Prof. Ugo Castelli, perito chimico ebreo, già assessore per l'igiene del Comune di Livorno, deve chiudere il locale per evacuazione della zona a causa della guerra. Quando ne torna in possesso, lo ritrova saccheggiato e danneggiato da ignoti ed è costretto a cessare l'attività, affittando i locali al Dott. M. Battisti. La Farmacia è oggi sotto la guida del dott. Carlo Montano.

- **Marchio: Pastiglie balsamiche Castelli**

Data di deposito: 9 Luglio 1899

Data di registrazione: 14 Novembre 1899

Nota: nel Marchio è presente l'anno di costituzione della Farmacia (1848), per sottolineare la storica affidabilità.

- **Marchio: Formiatina Huchard**

Data di deposito: 19 Gennaio 1906

Data di registrazione: 19 Marzo 1906

"Etichetta rettangolare col lato superiore arcuato, limitata da un fregio in stile floreale, e portante in alto le parole *Formiatina Huchard* [...] Segue una dicitura relativa alle qualità terapeutiche ed alla preparazione del prodotto, ed inferiormente la firma Prof. Ugo Castelli [...]".



Reale Farmacia Castelli

- **Publicità R. Farmacia Castelli**

Guida-album di Livorno e dintorni, 1904

- **Denuncia di inizio attività**

- **R. Farmacia Castelli**

Lettera circolare alla Camera di Commercio, 1927



ESERCIZI NELLA CIRCOSCRIZIONE

COMUNE	VIA E NUMERO	NOME E COGNOME del titolare	NOME E COGNOME della persona incaricata	NOME E COGNOME della persona incaricata	
				nome	cognome
Livorno	Via Cairoli 7	Farmacia Castelli Ugo Castelli Ego Castelli	Roberto Castelli (Ego)		



Attività: Fabbricazione e smercio di paste alimentari

Nel 1899 i F.lli Buitoni di Sansepolcro (Arezzo), già avvalorati da numerosi riconoscimenti internazionali, costituiscono a Livorno la *F.lli Buitoni s.n.c.*, per la fabbricazione delle paste, lo smercio e la vendita delle medesime nel Regno e all'Estero. A tale scopo, prendono in affitto il pastificio Costanza, posto a Torretta, di proprietà dei fratelli Bougleaux. La società viene sciolta dopo soli 3 anni, nel 1902, sia perché la produttività dello stabilimento non riusciva a giustificare l'esistenza e l'impegno economico, sia per i problemi di salute di Giovanni Battista, che dei soci era quello maggiormente investito della responsabilità dell'iniziativa¹.

¹ F. Chiapparino - R. Covino. *La fabbrica di Perugia: Perugia 1907-2007*, Perugia, Comune, 2008.

- **Marchio: F.lli Buitoni**

Data di deposito: 13 Febbraio 1900

Data di registrazione: 16 Maggio 1900

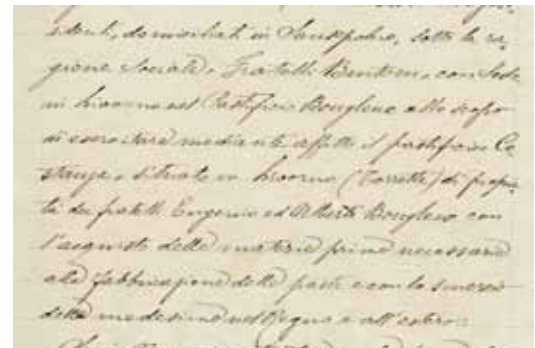
Nota: la stella è spesso impiegata nei Marchi come simbolo di perfezione, sogno, desiderio. Allo stesso scopo essa compare nel Marchio della Soc. Bignone & Agrifoglio presente in catalogo.

- **F.lli Buitoni**

Lettera circolare alla Camera di Commercio di Livorno (1901), particolare

- **F.lli Buitoni s.n.c.**

Atto di costituzione della Società, 1899, particolare



Attività: Fabbrica di saponi

E. Conti & Figli, costituita nel 1840 da Enrico Conti, fu la prima fabbrica in Italia a produrre un sapone molto simile a quello di Marsiglia, utilizzato nell'industria della seta e della lana, riducendo così la dipendenza dai mercati esteri. Alcune delle materie prime venivano comunque importate, come la soda caustica, l'olio di cocco ed il sebo, che provenivano dall'Inghilterra.

I prodotti della ditta erano eccellenti, come testimoniano i numerosi premi ricevuti ad Esposizioni nazionali e internazionali.

- **Marchio: E. Conti & F.**

Data di deposito: 3 Luglio 1905

Data di registrazione: 12 Ottobre 1905

- **E. Conti & Figli**

Carta intestata, particolare, 1895

- **Da "Annali universali di statistica, economia pubblica..."**

Compilati da G. Sacchi, vol. 31, 1852



« Così nello svariatisimo numero dei prodotti su cui portava il giudizio la classe vigesimanona fu dato al signor Enrico Conti di Livorno d'essere dei cinque premiati della medaglia del merito come fabbricante lodatissimo di saponi e di vedere per tal guisa agguagliata questa produzione nostra alle consimili di Prussia, di Russia, d'America, e della stessa Inghilterra.

Attività: Filatura, tessitura

Nel 1905 la *Tessitura Toscana Dini & C.* di Pontedera si trasforma in *Manifattura Toscana Dini & C.*, con sede a Livorno. Lo stabilimento di Pontedera è usato per tessere, mentre la filatura e la torcitura del cotone si effettuano nel nuovo stabilimento livornese, dove si lavorano cotone indiani, americani, egiziani, e si producono filati cardati e pettinati¹. Nel 1924 la ragione sociale è mutata in *Manifatture Toscane Riunite*, società che in seguito trasferisce la sede a Milano.

Nonostante la forte concorrenza degli opifici nazionali, l'attività si protrae fino alla vigilia della Seconda Guerra Mondiale.

¹ "Rivista di Livorno", 1926, pp. 561-562.

- **Marchio: Manifattura Toscana Dini & C.**

Data di deposito: 19 Aprile 1909

Data di registrazione: 18 Gennaio 1910

"Quattro bandiere sventolanti, con le parole in lingua turca Libert , Giustizia, Eguaglianza, Fratellanza sui drappi, e le aste che si incrociano inferiormente, dietro al disegno di una grande mezza luna e di una stella a cinque punte [...]".

Nota:   probabile che il Marchio si riferisca ai Giovani Turchi, movimento progressista sorto in Turchia all'inizio del Novecento, allo scopo di trasformare l'Impero Ottomano in una monarchia costituzionale.

- **Manifattura Toscana Dini**

Carta intestata, particolare, 1920



Attività: Siderurgia

Alla fine dell'Ottocento, la siderurgia italiana riceve un forte impulso dalle condizioni di favore riservate dallo Stato per l'affitto delle miniere dell'isola d'Elba. Gruppi di imprenditori, tecnici e finanziari progettano allora nuovi impianti¹, dove si producono ghisa, leghe metalliche e carburo di calcio. Nel 1899 si costituisce a Genova la *Società Anonima di Miniere e di Alti Forni - Elba*, che oltre a gestire le miniere realizza lo stabilimento di Portoferraio, un sito produttivo che nel 1902 vede la messa in esercizio del primo altoforno a coke del nostro Paese.

Nel 1911 la *Società Anonima di Miniere e di Alti Forni - Elba* affida all'Ilva la gestione dello stabilimento, completato da due ulteriori alti-forni e dall'acciaieria.

Nel 1931 la Società è assorbita dall'Ilva.

¹ *Dizionario Biografico degli Italiani*, vol. 11, ed. Treccani (1969)

- **Marchio: Carburo di Calcio**

Data di deposito: 18 Febbraio 1909

Data di registrazione: 18 Luglio 1909

Fasc. 9448. Fondo Ministero Industria e Artigianato. Ufficio Italiano Brevetti e Marchi, Serie Marchi. Copia esposta per gentile concessione Archivio Centrale dello Stato

Nota: il carburo di calcio, a contatto con l'acqua, sviluppa acetilene, un gas altamente infiammabile utilizzato in passato per l'illuminazione nelle miniere.

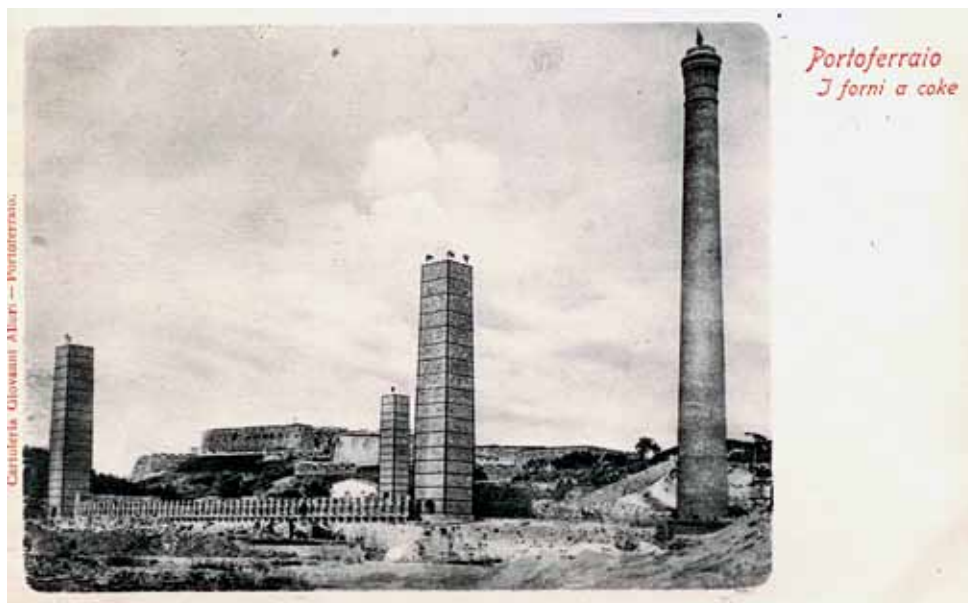


S.a. Miniere e Altiforni Elba

- Portoferraio - I forni a coke, cartolina non viaggiata, 1900

- S.a. miniere ed alti forni Elba.

Denuncia di esercizio attività



Camera di Commercio e Industria di Livorno

Denuncia di Società Anonima

Il sottoscritto Orlando Costa Cav. di Gianfrancesco Rosolini nato di fu Luigi
in qualità di liquidatore rappresentante Presidente
in esecuzione di quanto prescrivono gli articoli 56 della Legge 29 Marzo 1910, n.° 121, sulla
Camera di Commercio e Industria, e 72 del Regolamento relativo approvato con R. Decreto del
19 Febbraio 1911, n.° 243, denuncia alla Camera di Commercio e Industria di Livorno
l'esercizio della **SOCIETÀ ANONIMA** esercitata sotto la ragione sociale: "Elba Anonima
di Miniere ed alti Forni
costituita il dì 29 Luglio 1899
con atto Notaro Giacomo Scialoja di Genova Via Corso Umberto I N.° 128
con sede principale in Roma Via Corso Umberto I N.° 128
e con sede commerciale e amministrativa in Portoferraio Via Corso Umberto I N.° 128
avente per oggetto: Industria metallurgica e mineraria con produzione di ghisa
e minerali

col capitale sottoscritto di L. 150.000.000 di cui versato L. 125.000.000
diviso in azioni di L. 250 ciascuna
per la durata di anni 61 dal Luglio 1899 al Dicembre 1960

Attività: Fabbricazione di biacca e pitture antiruggini

La società nasce nel 1830. Fabbrica la *biacca*, un carbonato di piombo molto usato in pittura fin dall'antichità. Lo stabilimento, posto in via degli Archi 17 e dislocato su un terreno di circa 2500 metri quadri, comprende un fabbricato di due piani.

I suoi prodotti sono eccellenti, ed ottengono molti riconoscimenti alle Esposizioni Internazionali.

Prima del 1900, tuttavia, si registra un calo di produzione piuttosto significativo, passando dalle 14 tonnellate di biacca del 1887 alle 6 tonnellate del 1892: ciò è dovuto alla presenza sul mercato di sostituti più economici, tra cui l'ossido di zinco, che fanno registrare in tutto il Paese un calo sensibile della produzione di biacca, e che porteranno entro pochi anni alla cessazione della società.

• **Marchio: Smacchiatore Igros**

Data di deposito: 3 Marzo 1909

Data di registrazione: 10 Ottobre 1909

Nota: la Torre del Marzocco, raffigurata nel Marchio, è un'antica torre di avvistamento del XV Secolo a nord di Livorno.



Antonio Leoni S.n.c.

- **Marchio: Pittura antiruggine Pariocroma**

Data di deposito: 10 Aprile 1911

Data di registrazione: 19 Dicembre 1911

Nota: il piroscalo fumante compare spesso nei Marchi di ditte che esportavano i propri prodotti verso il Pacifico.



Antonio Leoni S.n.c.

- **A. Leoni**

Carta intestata, 1900

- **Da U. Forni, *Manuale del pittore restauratore*. Firenze, Le Monnier, 1866**



Nella Esposizione Italiana del 1861, il sig. Antonio Leoni fu premiato per la bonissima biacca ottenuta nella sua fabbrica di Livorno col metodo olandese. Essa fu altresì considerata con menzione onorevole nella Esposizione Internazionale di Londra del 1862.

Attività: Produzione balsamo medicinale

Intorno al 1870 Carlo Paolini comincia a fabbricare in corso Amedeo un balsamo medicinale, il *Balsamo Paolini*, che promette di guarire un gran numero di mali, compresi quelli più terribili. Alla sua morte, i diritti di proprietà del Marchio sono acquisiti dai figli Eletto e Genoveffa, che costituiscono due distinte società allo scopo di continuare a produrre il balsamo medicinale.

Nel 1890 Eletto costituisce la *Eletto Paolini*, società che dal 1921 conduce assieme ai suoi figli sotto la ragione sociale *Eletto Paolini & Figli*, e da questi portata avanti, alla sua morte, fino al 1936.

Nel 1909 sua sorella Genoveffa costituisce la *Genoveffa Paolini & figli*, con sede in via Mentana.

- **Marchio: Balsamo Paolini**

Data di deposito: 17 Febbraio 1910

Data di registrazione: 27 Dicembre 1910

Note:

- il Marchio si compone di 2 etichette (la prima e l'ultima), essendo stata annullata dal richiedente stesso l'etichetta posta nella parte centrale. In entrambe è presente l'aquila, potente ed invincibile, che artigia il prodotto e vi trasferisce le sue virtù: la forza e l'efficacia.

- l'etichetta a fondo blu contiene una legenda con la composizione del prodotto, che risultava essere a base di olio di mandorle, cera gialla, oleoresina, ossido rosso di piombo, canfora ed olíbano.



• **Eletto Paolini & Figli**

Inserzione pubblicitaria, 1900

SPECIALITÀ

Balsamo Paolini

ELETTO PAOLINI & FIGLI CORSO AMEDEO 44
LIVORNO

MARCHIO DEPOSITATO

PARIGI 1900 ROMA 1900



Medaglia d'oro di Primo Grado - Esposizione Internazionale di Parigi 1900
 Medaglia d'oro e Grande Premio - Esposizioni Riunite di Roma 1900

Al Pubblico, che da molti anni usa questa Specialità medicinale, per malattie esterne, è bene ricordare che viene venduta in vasetti piccoli del costo di L. 3 e grandi di L. 6. (Tassa di bollo in più). - Ogni vasetto, porta il nome di **ELETTO PAOLINI & FIGLI**, trascritti al Ministero di Agricoltura, Industria e Commercio.

In seguito alle numerose imitazioni e falsificazioni è bene tenere la mente che:

Qualunque altro specifico venduto sotto il nome di Balsamo Paolini non è genuino né prodotto di ELETTO PAOLINI & FIGLI

Questa specialità guarisce completamente: piaghe, tumori, Hermoni, adeniti, peristiti, versamenti, ascessi, artriti, eczemi, panerecci, vene varicose, ustioni, geloni, contusioni, screpolature, emorroidi, dolori reumatici, sciatiche, ferite, d'ogni genere, ecc.

MODO DI SERVIRSENE

Si prende un pezzo di cambri, (già usato o lavato), più grande circa della parte ammalata e vi si stende con un coltello o altro, questa Specialità (ribbeante) e si appiava fasciando. - Questo si fa al mattino ed alla sera gettando sempre via la medicatura precedente. Se poi il male gettasse materie, sangue, ecc. sarà bene farlo 3 volte al giorno.

PER SPEDIZIONI

Si spedisce per tutto il Regno: Per un vasetto da L. 3, inviare vaglia di L. 4,50; per uno da L. 6, inviare vaglia di L. 8. - Per 2, 3 e 4 vasetti, tanto grandi che piccoli, inviare vaglia dell'importo dei medesimi, più L. 3 per le spese postali. - Oltre i 4 vasetti (circa kg. 1), fino al peso di kg. 3, aggiungere L. 6. Oltre i 3 fino a kg. 5, aggiungere L. 9.

Si spedisce anche in assegno, ma per evitare le maggiori spese postali è bene inviare l'importo anticipato.

Questa specialità si trova in vendita in molte Farmacie, ma il pubblico per essere sicuro di acquistare il vero Balsamo Paolini esige la dicitura

ELETTO PAOLINI & FIGLI - LIVORNO
Corso Amedeo, N. 44

Attività: Produzione medicinali

Osman Giglioni, farmacista di Castagneto Carducci (Comune che fino al 1925 faceva parte della Provincia di Pisa), nel 1914 costituì con alcuni soci anche la *Borsi Giglioni & C.* con sede a Livorno, allo scopo di fabbricare liquori medicinali.

Tra questi, un prodotto antimalarico denominato *Aplasmodio*, a base di miscuglio idroalcolico, estratto di china ed estratti vegetali amari.

- **Marchio: Aplasmodio**

Data di deposito: 25 Settembre 1914

Data di registrazione: 13 Novembre 1914

Nota: la malaria è causata da protozoi del genere Plasmodium. Nel 1898 il medico G.B. Grassi individuò nelle zanzare Anopheles, raffigurate nel marchio, il vettore della malattia, che alla fine dell'Ottocento causava in Italia circa 15.000 morti all'anno.

APLASMODIO

SOVRANO ANTIMALARICO
SUPERA IL CHININO E
PREPARATI CONGENERI

FABBRICA ANTIMALARICA BORSI GIGLIONI & C.
CASTAGNETO CARDUCCI

BORSI-GIGLIONI & C.
CASTAGNETO CARDUCCI

Dose

Un bicchierino la mattina a digiuno e la sera un'ora prima del pasto. Per bambini sotto i dodici anni metà dose. Per i lattanti un cucchiaino da tè.

Formola

Ogni dose equivalente a grammi 30 contiene:
Miscuglio idroalcolico gr. 14,025 - Estratto di china gr. 0,75 - Estratti vegetali amari gr. 0,225

Ogni Bottiglia dovrà esser munita della firma autografa.

Gen. N° 15141
Art. N° 84 Val. 140

Sisto per l'affissione alla porta della Camera

The Tuscan Pure Olive Oil Syndicate at Leghorn

Attività: Esportazione olio di oliva

La Società fu costituita nel 1915, a seguito di accordi con produttori locali di olio d'oliva, per esportare il prodotto all'estero, soprattutto negli Stati Uniti.

- **Marchio: Pure Tuscan Olive Oil**

Data di deposito: 19 Marzo 1915

Data di registrazione: 12 Maggio 1915

Nota: la Torre di Pisa, per la sua fama a livello mondiale, viene scelta come simbolo del puro olio d'oliva toscano esportato dalla ditta livornese.



Attività: Produzione olii minerali lubrificanti

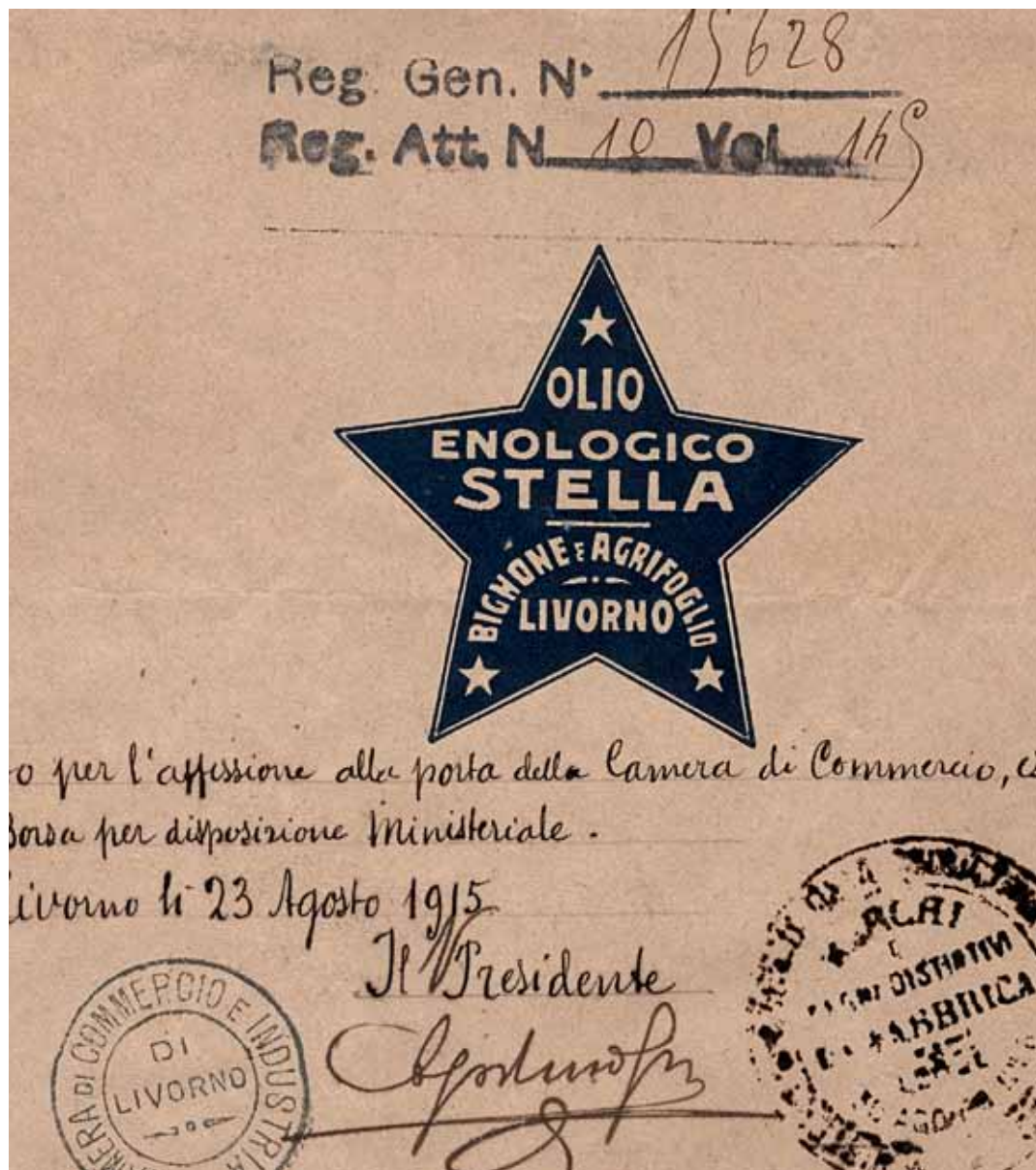
La *Bignone & Agrifoglio* si costituisce nel 1909 e rimane in attività fino al 1920, rifornendo coi suoi prodotti il Ministero della Guerra, quello della Marina, nonché società tranviarie e di navigazione. La maggior parte delle materie prime impiegate proviene da New York, Philadelphia, Glasgow, Liverpool, Amburgo, Vienna e Berlino.

Tra le sue specialità, oltre ad olii e grassi minerali lubrificanti, si ricorda l'olio enologico *Stella*. L'olio enologico è un olio di vaselina puro, usato in enologia per colmare le botti ed eliminare il sapore di muffa dai vini.

• **Marchio: Olio enologico Stella**

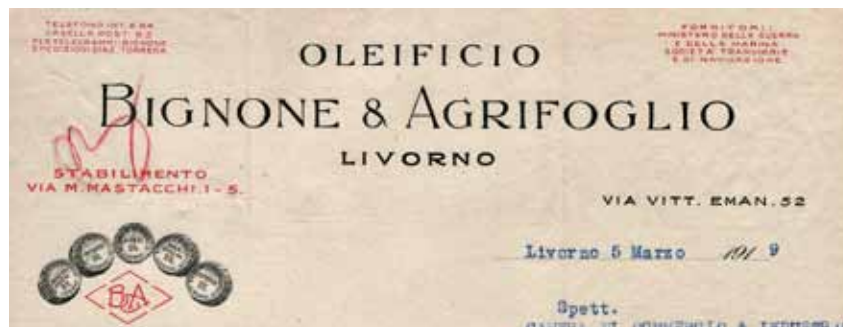
Data di deposito: 22 Luglio 1915

Data di registrazione: 30 Luglio 1915



Bignone & Agrifoglio

- **Bignone & Agrifoglio**, carte intestate (1913, 1918 e 1919)



Attività: Fabbricazione di materiale refrattario

La società si costituisce il 3 luglio 1892 a Savona, allo scopo di fabbricare materiali refrattari, tra cui terrecotte e mattoni crudi e cotti per forni a calce e forni di vetrerie. Costruisce inizialmente uno stabilimento a Vado Ligure, a cui affianca, nell'aprile 1901, lo stabilimento di Livorno. Nel 1925, il numero di operai nello stabilimento livornese era di 150, e la potenza installata di 260 cavalli vapore.

• **Marchio: S. a. Materiali refrattari Livorno**

Data di deposito: 5 Giugno 1917

Data di registrazione: 25 Luglio 1917

Fasc. 16.410. Fondo Ministero Industria Commercio e Artigianato. Ufficio Italiano Brevetti e Marchi, Serie Marchi. Copia esposta per gentile concessione Archivio Centrale dello Stato

Nota: I crogioli sono recipienti di forma cilindrica o tronco-conica resistenti alle alte temperature, impiegati in metallurgia per la fusione di metalli e leghe, o nei laboratori chimici per il contenimento di composti che devono essere portati a temperature elevate.



Attività: Fabbricazione detersivi, saponi

La Società, costituita nel 1914, viene sciolta nel 1992.

Tra i suoi prodotti si ricorda la *lisciva Fanale*, una soluzione di acqua e cenere di legna utilizzata per lavare e disinfettare il bucato, che "non corrode e non sciupa la biancheria", ed è per questo "la migliore di tutte quelle esistenti".

- **Marchio: Fanale - L. Fedi**

Data di deposito: 24 Marzo 1919

Data di registrazione: 13 Giugno 1923

Nota: il Faro del Porto di Livorno, noto anche come Fanale dei Pisani, è uno dei simboli più rappresentativi della città. Compare spesso sui Marchi delle ditte locali, come nel caso del Marchio Lighthouse della ditta Oreste del Buono. È utilizzato come simbolo di affidabilità del prodotto, e punto di riferimento per il consumatore.

- **Carta intestata**

Particolare

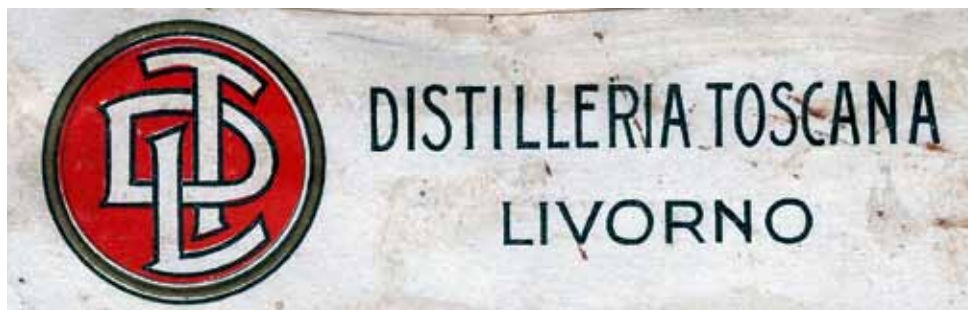


Distilleria Toscana

Attività: Fabbricazione e vendita liquori

La *Distilleria Toscana s.n.c* si costituisce il 25 giugno 1909 tra i soci Luigi Crestacci ed Ettore Mancinelli. Nel 1913 si trasforma in società in accomandita semplice, costituita fra Antonio Marzocchi (socio accomandante), Ettore Mancinelli ed Antonio Cambini. Viene sciolta nel 1934.

Tra i prodotti più celebri si ricordano la *Crema Gianduia*, il *Cognac Marat*, l'*Amaro Bios* e il *Liquore Italianissimo*.



- **Marchio: D.T.L.**

Data di deposito: 13 Agosto 1919

Data di registrazione: 5 Giugno 1921

Nota: Marchio utilizzato per contraddistinguere liquori e creme posti in commercio dalla ditta.

- **Marchio: Amaro Bios**

Data di deposito: 30 Dicembre 1932

Data di registrazione: non individuata



Distilleria Toscana

- **Distilleria Toscana**

Invio merce per Fiera di Tripoli, 1931

TELEGRAMMI **CAMBINI**
TELEFONO INTERURB. **863**
CASSELLA POSTALE **176**
C. C. I. LIVORNO **4307**

CAMBINI & ZALUM - PROPRIETARI

Distilleria Toscana

PER LA FABBRICAZIONE DEI LIQUORI

SPECIALITÀ
LIQUORE AFRICANO
CREMA GIANDUIA

LIVORNO
VIA MARCO MASTACCHI 1

Livorno 24 febbraio 1931

Spett. CONSIGLIO PROVINCIALE DELL'ECONOMIA
L i v o r n o
=====

In conformità dei ns odierni verbali accordi, qui in
calce, ci preghiamo darVI nota della merce, che da Voi sarà spedita
a Tripoli, per la FIERA CAMPIONARIA.

Con Osservanza,

Distilleria Toscana Livorno Cambini & Zalumi


D.T.L. 60065 1 C/ Liquori contenete N° 12 bott, del peso L. di Kg; 27 =			
N° 3	Bott, AMARO "BIOS"	Lit 18 ==	
" 3	" Cognac "Marat"	" 20 ==	
" 2	" Triple Sec	" 23 ==	Cartelli Reclame &
" 2	" Crema Gianduia	" 25 ==	Mignon *****
" 2	" Italianissimo	" 23 ==	
valpre complessivo			<u>Lit 256 ==</u>

Attività: Distilleria

La Natale Zucchini si costituisce il 1 agosto 1919 e cessa l'attività nel 1936. Fabbrica e commercia liquori, vermouth, aperitivi e sciroppi: tra i più celebri si ricordano l'*Aperitivo Norge*, l'*Amaro San Marco* e il *Latte della Vecchia*.

I suoi prodotti giungono fino ai Sacri Palazzi Apostolici: può quindi fregiarsi del titolo di *fornitore Ponteficio*. Questo titolo compare su Marchi e carte intestate della ditta, assieme ai brevetti della *Real Casa* e della *Regina Madre*, per sottolineare l'eccellenza dei prodotti ed il prestigio dei clienti che di essi si servono.

Partecipa spesso alla Fiera di Tripoli, prestigioso emporio internazionale istituito nel 1927 dal governo italiano e ancora oggi attivo.



- **Marchio: Grand'aperitivo Norge**

Data di deposito: 17 Giugno 1926

Data di registrazione: 3 Luglio 1927

"Nel centro la riproduzione di un dirigibile in grigio riflesso in argento sul quale è scritto Norge n.1; in basso alla parola Norge è rappresentata la parte nordica dell'emisfero [...]".

Nota: il dirigibile Norge, costruito da Umberto Nobile, il 12 maggio 1926 sorvola per primo il Polo Nord. All'impresa partecipano Italia, Norvegia e Stati Uniti. Osservando nel Marchio il Polo Nord è possibile notare le bandiere dei tre Paesi.

- **Marchio: Aperitivo Genziori**

Data di deposito: 8 Giugno 1930

Data di registrazione: 5 Febbraio 1932

Nota: si tratta di un liquore a base di genziana, pianta le cui radici sono utilizzate come aromatizzante negli amari o per la preparazione di liquori tonici.



Natale Zucchini

- **Carta intestata**

Particolari

- **Fiera di Tripoli, Padiglione espositori livornesi, liquori esposti dalla Natale Zucchini, 1930**



Fratelli Ambrosini

- Depliant pubblicitario

- Fiera di Tripoli, 1930, Padiglione Espositori Livornesi. Prodotti dei F.lli Ambrosini

ACQUE DI COLONIA

26.	Colonia sul Sarti	litro	1/2	litro	L. 42,-
27.	"	"	"	"	40,-
28.	"	"	"	"	120,-
29.	"	"	"	"	240,-
30.	"	"	"	"	465,-
31.	alla Fragola	"	"	"	45,-
32.	"	"	"	"	75,-
33.	"	"	"	"	150,-
34.	"	"	"	"	200,-
35.	"	"	"	"	340,-
36.	al Cipresso	"	"	"	35,-
37.	"	"	"	"	34,-
38.	"	"	"	"	90,-
39.	"	"	"	"	174,-
40.	"	"	"	"	200,-
41.	"	"	"	"	600,-
42.	"	"	"	"	20,40
43.	speciale al Limone	"	"	"	30,-
44.	"	"	"	"	48,-
45.	"	"	"	"	78,-
46.	"	"	"	"	150,-
47.	"	"	"	"	72,-
48.	Originale Balsamo meraviglioso	"	"	"	24,-
49.	Commerziale tipo storico	"	"	"	30,-
50.	"	"	"	"	30,-
51.	Essenze concentrate per paracochiani, Colonia, Chénia, Violetta, Verbena	"	"	"	30,-
52.	Essenza Violetta di bosco	"	"	"	108,-
53.	"	"	"	"	132,-
54.	"	"	"	"	120,-
55.	"	"	"	"	150,-
56.	Colonia " " Balsamo meraviglioso	"	"	"	45,-
57.	"	"	"	"	80,-
58.	"	"	"	"	120,-
59.	"	"	"	"	220,-
60.	"	"	"	"	400,-
61.	"	"	"	"	780,-



PREMIATA
 Fabbrica di Profumerie
F.lli Ambrosini
LIVORNO
 Via Vittorio Emanuele, 3

FILIALI: Livorno - Alle Galanterie, Via Vitt. Eman. 30
 Pisa - Alle Galanterie, Via Vitt. Eman. 36-2

ACQUA DI PISA

Meravigliosa Acqua da toilette, sostituisce le così dette Acque di Colonia. Premiata con 6 medaglie d'oro in Italia e all'estero.

1. Modello piccolo doz. L. 36,-
 2. " medio " 78,-
 3. " grande " 120,-

Contenuta in fiascine originali raffiguranti la storica Torre di Pisa.

**Colonia, essenze, brillantine,
 eiprie a peso, prezzi a richiesta.**



Attività: Produzione olii, grassi minerali, lubrificanti

La società si costituisce nel 1924 tra i soci Osea Coppini, Clemente Mathon, Antonio Caldelli e Mario Baruchello, e cessa l'attività nel 1962.

È tra gli espositori livornesi più presenti alla Fiera campionaria di Tripoli, e coi suoi prodotti rifornisce la Regia Marina e le Ferrovie dello Stato.

Sulle carte intestate e su alcuni lubrificanti compare spesso l'incudine, simbolo della capacità di resistere, di perdurare nel tempo: una caratteristica essenziale per questa tipologia di prodotti.

- **Marchio: Victor Oil**

Data di deposito: 1 Novembre 1926

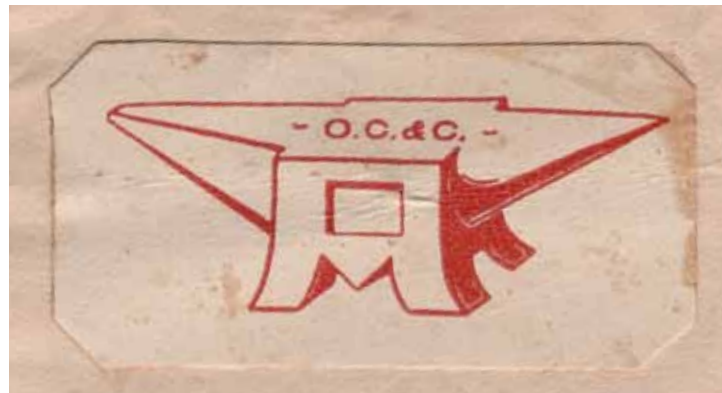
Data di registrazione: 21 Marzo 1927

"Lubrificante per auto e motori a scoppio in genere. Mentre il fondo sarà bianco, le lettere e le virgolette delle parole saranno in colore verde e l'ellisse in rosso, volendo rappresentare nell'insieme i colori della bandiera nazionale...".



S.a. Lubrificanti O. Coppini

- Carta intestata, 1932
- Fiera di Tripoli, Padiglione espositori livornesi. Fusti del lubrificante Victor Oil, 1927
- Marchio depositato in data 1 Aprile 1924



Ditta Oreste Del Buono

Attività: Produzione cedri canditi

La produzione di cedri canditi fu introdotta a Livorno attorno al 1840 ed ebbe grande prestigio, conseguendo premi e riconoscimenti internazionali. I cedri canditi alla livornese arrivarono a coprire il 75% del totale nazionale dei canditi destinati all'esportazione.

Oreste del Buono, istituita nel 1875 a Bastia e trasferita a Livorno nel 1890, fu tra le ditte più importanti del settore. I suoi prodotti venivano esportati in tutto il mondo, soprattutto in Nord America, Inghilterra e Scandinavia.

- **Marchio: Lighthouse - Oreste Del Buono**

Data di deposito: 26 Giugno 1927

Data di registrazione: 17 Settembre 1928

- **O. Del Buono, foto di gruppo, 1930**



Ditta Oreste Del Buono

- Immagini estratte da *Oreste Del Buono: fabrique de Cedrats & Citrons confits*, Genova, Ediz. Selectio, 1900

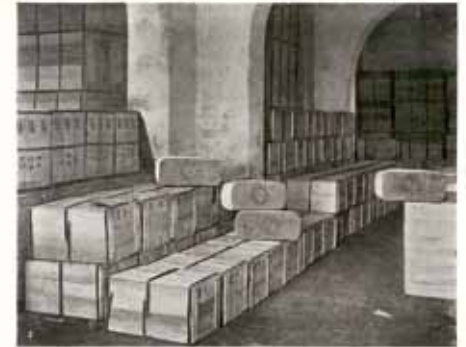


Fruits en Sauterie



Entassement des Fruits confits

Packing the Confited goods



Magasin de Boites

Magasin



Attività: Fabbrica di liquori

Ulisse Leoni, rappresentante di vini in via della Tazza n. 26 (oggi via Piave), dal 1921 produce liquori, sciroppi e affini in via delle Cateratte, esclusivamente per il consumo nazionale. Al censimento industriale del 1922, egli dichiara che "i suoi prodotti sono ben accetti ed hanno ottenuto elogi anche da valenti medici".

Cessa l'attività nel 1943, poiché lo stabilimento viene distrutto dai bombardamenti, dopo obbligato esodo ordinato dai Tedeschi. Ulisse Leoni, sfollato, si rifugia a Borgo a Buggiano (Pt).

- **Marchio: Gran Liquore PRO-LIVORNO**

Data di deposito: 22 Giugno 1920

Data di registrazione: 28 Novembre 1922

Nota: la Pro Livorno è stata una squadra di calcio in attività dal 1919 al 1922. Nell'estate del 1922 viene assorbita dall'Unione Sportiva Livorno.

- **Marchio: Cognac Italia**

Data di deposito: 10 Febbraio 1924

Data di registrazione: 28 Agosto 1924

Note:

- il Marchio raffigura Elena di Savoia, seconda Regina d'Italia e moglie di V. Emanuele III (1873-1952). La Regina era molto amata dal popolo, per il suo impegno in numerose attività caritative e assistenziali.

- in questo periodo il nome "Italia" viene attribuito a molti Marchi, in sintonia con il nazionalismo del regime fascista.



Ulisse Leoni

- **Marchio: Liqueur Serin**

Data di deposito: 15 Gennaio 1931

Data di registrazione: 3 Luglio 1932

Nota: Serin, in francese, significa canarino. Il canarino è una bevanda calda a base di scorze di limone e zucchero, ancora oggi utilizzata per favorire la digestione. Il nome deriva dal colore giallo vivace dovuto all'infusione delle scorze.

- **U. Leoni**

Carta intestata, 1929



Attività: Fabbricazione liquori

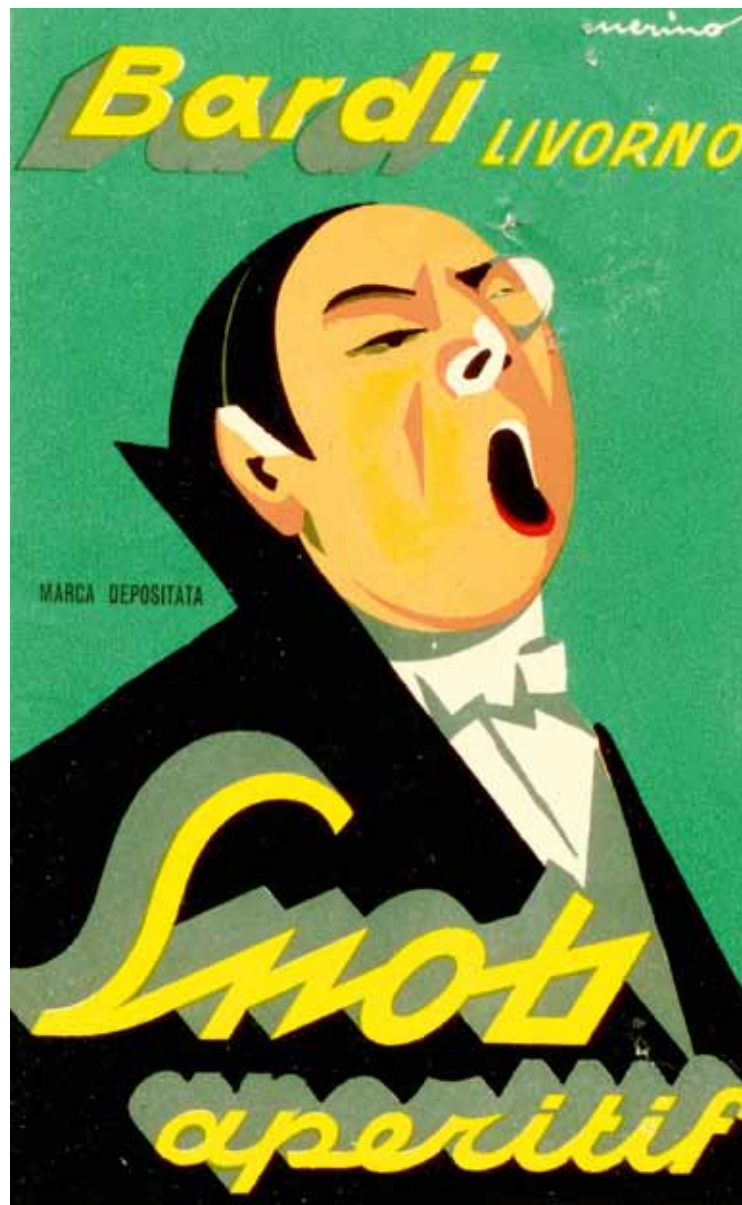
L'antico Caffè Bardi, sull'angolo di via Cairoli con la piazza Cavour, era di proprietà di Ugo Bardi, che lo rilevò nel 1909. Il locale era un luogo di incontro quotidiano di artisti, pittori e letterati. Fu chiuso nel 1921, *avendo dovuto lasciare libero il fondo al Banco di Roma*.

La produzione di vini e liquori, iniziata dalla famiglia Bardi nel 1892, proseguì invece fino al 1968.

- **Marchio: Snob Aperitif (Liquore per aperitivi)**

Data di deposito: 13 Agosto 1929

Data di registrazione: 27 Marzo 1931



Ugo Bardi & Figli

- **Carta intestata**

Particolare

- **U. Bardi & Figli, etichette varie**

- **Interni della distilleria**

Collezione P.B.



Attività: Fabbricazione liquori

• **Marchio: Olio di S. Maddalena (liquore)**

Data di deposito: 8 Giugno 1930

Data di registrazione: 9 Giugno 1931



Francesco Petroni

Attività: Fabbricazione candele e lumini da notte

- **Marchio: Lumini Falco**

Data deposito: 15 Giugno 1931

Data di registrazione: 15 Dicembre 1931

- **F. Petroni**

Carta intestata, particolare



Soc. per la fabbricazione della cioccolata Torricelli

Attività: Fabbricazione e vendita cioccolata e affini

- **Marchio: Cassatina S. Maria alla cioccolata**

Data deposito: 21 Settembre 1930

Data di registrazione: 23 Giugno 1932

- **Carta intestata**

Particolare



Attività: Fabbricazione di vermouth, liquori e sciropi

Nel 1900 i fratelli Francesco ed Umberto Bertocchini costituiscono la *F. Bertocchini e C.*, attiva fino al 1966.

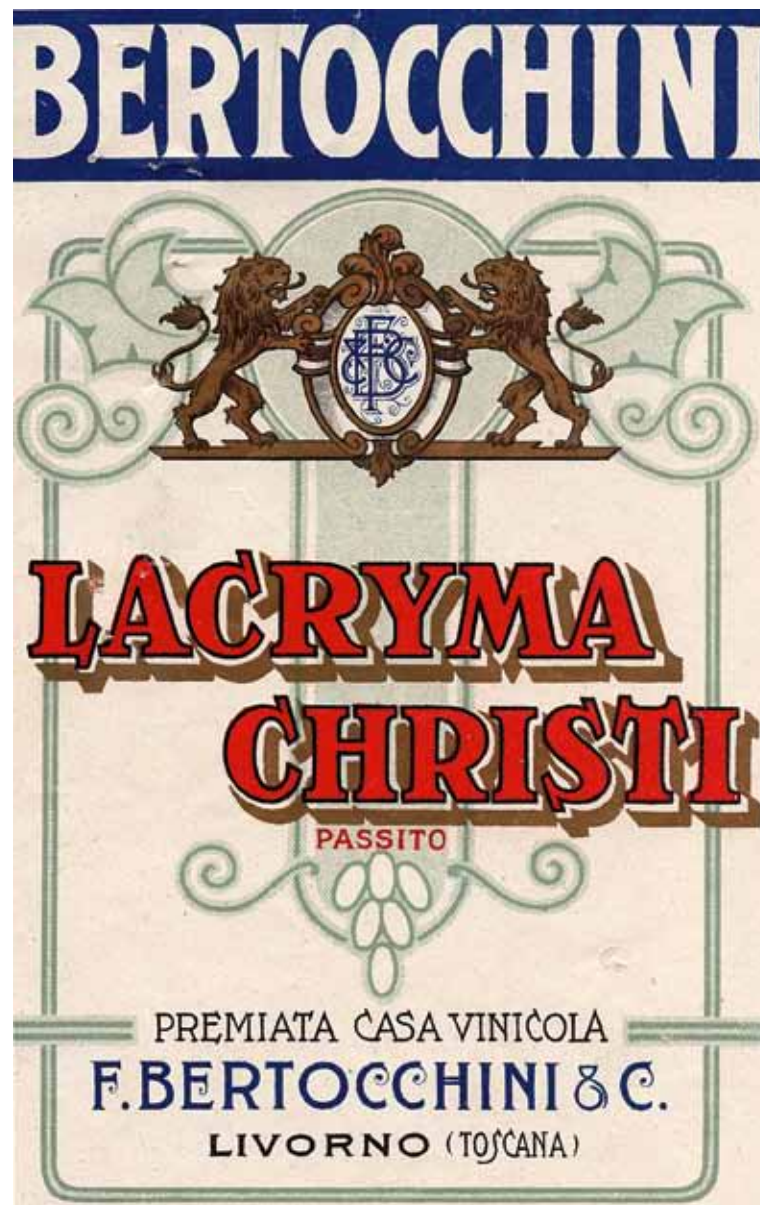
Molto presente anche sul mercato internazionale, soprattutto in Egitto, dove rifornisce le numerose aziende che lavorano per il Canale di Suez.

Tra i prodotti più famosi sono da menzionare il passito *Lacryma Christi* e l'*Aleatico* di Portoferraio, che un frate pasciuto e bonario ci invita a sorseggiare.

• **Marchio: Lacrima Christi - Passito**

Data di deposito: 8 Gennaio 1932

Data di registrazione: 26 Aprile 1933



Giuseppe Pentasuglia

Attività: Casa vinicola

• **Marchio:** Enokol - L'aperitivo

Data deposito: 21 Febbraio 1932

Data di registrazione: 12 Maggio 1933



40 Attilio Fedi & Figli

Attività: Produzione smalti, vernici

- **Marchi: Opacolite e Smaltolin**

Data di deposito: 20 Maggio 1932

Data di registrazione: 25 Giugno 1933



GIENE ECONOMI **Parodi** LIVORNO



MARCA DEPOSITATA



STIGLIE PANERA
A BASE DI TRIDACE
PER LA

TRASSE



IL DIRETTORE CAPO



Balsamo

ELETTO PAOLINI & FIGLI



Paolini

PARIGI 1910

MARCA DEPOSITATA

CORSO AMEDEO
LIVORNO



Opacolite

Ditta ATTILIO FEDI & C.
ROMA 1911
LIVORNO



Visto per affiggarsi alla Borsa del Commercio
il giorno 13 Dicembre 1884.



Finito di stampare nel mese di Novembre 2013
presso le Industrie Grafiche della Pacini Editore S.p.A.
Via A. Gherardesca • 56121 Ospedaletto • Pisa
Tel. 050 313011 • Fax 050 3130300
www.pacineditore.it



SPECIALITÀ

Balsamo Paolini

ELETTO PAOLINI & FIGLI

CORSO AMEDEO 44
LIVORNO

AVV. GIULIO BIANCHI

Stagione d'oro di Fiesole - Supremazia internazionale al Parigi 1900
Medaglia d'oro e Grandi Premii - Esposizione Universale di Roma 1911

Al Pubblico che da molti anni ha gustato l'apertissimo balsamico per
medicazioni esterne, è bene ricordare che questa sostanza ha qualità preziose
del costo di L. 3 a grossi di L. 6 (Tassa di bollo in più) - ogni etto
porta il nome di **ELETTO PAOLINI & FIGLI**.

Esente al Sulfuro di Azoto, Solfora e Carbonio.

In vendita alle farmacie, mercantili e drogherie e bene avere il nome del
Qualunque altro specificato venduto - che il nome di

EREDI SCHMIDT

ACQUA TAMEICI

MONTECATINI

Carlo Schmidt

PARIOCROMA

ANTONIO LEONI

LIVORNO
TOSCANA

CULTURA ANTIRUGGINE INALTERABILE

SPECIALITÀ

AMARO FATUS

PREMIATA DISTILLERIA
DI LIQUORI
VIGO & SOCCOLI
LIVORNO



ITALIA TOSCANA

PASTIGLIE PANERAJ

A BASE DI TRIDACE
PER LA

TOSSE

PREPARARE UN BELLE STAFFE PER
LA MARCA TORRE DI FERRAJOLI IN
LA REGIONE DEL CORSA DI FERRAJOLI

Bermuth Tonic

Specialità della Ditta

E' SERBIFITO

LIVORNO

Il Vermuth Serbifito ad essere
venduto a chi non aveva il nome di



Smaltolin Ditta **ATTILIO FEDI & FIGLI**
LIVORNO



EXTRA DUCIDO

ANCORA

CAN



VINI BERTOCCHINI

LIVORNO

*Richiedete i nostri vini
nei fasci originali, brevetti*



Farmacia Pacelli

Corso Umberto - 68
LIVORNO

Effettuata nelle malattie
della stomaco, nelle dige-
stioni difficili e cattive
gastro-intestinali.
Indigestione,
Tossica per
eccellenza.
Pacelli &
Figli

CHINA GRANULARE PEPPER ESSENCE

Si PRESERVI DALL'

