

# ART JOURNAL

**CAMPARI GALLERY**  
**#10**

CAMPARI E LA BELLE ÉPOQUE - VERSO IL LIBERTY / CAMPARI AND THE BELLE ÉPOQUE - TOWARDS THE LIBERTY STYLE

Parte Prima di / Part I by Serena Spinelli



*Galleria*  
**CAMPARI**

*Milano, 7 gennaio 1889* - Tra le fitte pagine commerciali del Corriere della Sera compare il primo annuncio pubblicitario di Campari. Poche e ben calibrate parole racchiuse in un bordo a trapezio nella sottile evocazione di un calice che promette "squisitezza di gusto e delicatezza di aroma". Sono i primi accorti passi di Davide Campari nell'allora neonata disciplina del marketing.

Il Caffè Ristorante Campari era ormai una rinomata e ben amata istituzione collocata sin dal 1867 in posizione estremamente favorevole all'ingresso della Galleria Vittorio Emanuele II, quel salotto luminoso ed eclettico della città più moderna d'Italia. Il grande maître liquoriste e fondatore Gaspare Campari aveva operato con energia ed ingegno ed il suo elegante locale stile impero fu crocevia di letterati, politici, artisti ed imprenditori. Punta di diamante di una vasta produzione di ricette liquorose era il rosso aperitivo che portava il suo nome, sempre sulla bocca (e sul palato appagato) del bel mondo meneghino.

Ma a partire dal 1889 con la dirigenza illuminata e coraggiosa del figlio Davide entriamo in una nuova era, un periodo di forte espansione produttiva che si esprime e si materializza anche attraverso nuove immagini e parole. Quel primo trafiletto in bianco e nero sul quotidiano milanese che allora vendeva già 65mila copie fu l'inizio della sua cavalcata verso l'industrializzazione e la pionieristica comunicazione di marca.

Milan, January 7th, 1889 - *The first Campari advertisement appears amongst the tightly packed classified section of the Corriere della Sera. Behold, a brief and smartly gaged text framed by a trapezoid border which subtly evokes a chalice and promises "exquisiteness of taste and delicacy of aroma". These are Davide Campari's first shrewdly measured steps towards the new-born world of marketing.*

*The Campari Café and Restaurant was by then a renowned and beloved institution located, since 1867, in an extremely favourable position at the entrance of the Victor Emanuel II Gallery- the luminous and eclectic salon of Italy's most modern city. The founder and great "maître liquoriste" Gaspare Campari had worked with energy and intelligence, and his elegant Empire-style establishment became a natural crossroads for politicians, entrepreneurs, artists, and men of letters. The red aperitif bearing his name was the spearhead of a vast production of liqueurs enjoyed by the affluent Milanese and was certainly on everyone's lips (and fulfilled palates).*

*Nonetheless, 1889 marks a turning point and with the founder's son Davide a new era of enlightened and courageous management is inaugurated. The coming years will witness a decisive increase in production and a plethora of new communicative words and images will equally express this expansion. That brief textual, black on white announcement featured in the bestselling Milanese daily (65 thousand copies) was the beginning of a race towards industrialization and the pioneering use of brand communication.*

Davide prende il timone in un periodo storico che non è scarso di sussulti sociali e così il 1° maggio del 1890 Milano vede sfilare il primo corteo dei lavoratori in celebrazione, Filippo Turati in testa. L'esercito presidia la Galleria, impone per prudenza la chiusura del caffè Campari così come del "Savini", del "Gnocchi" e di altri storici *establishments*. Sono gli anni della Belle Époque ma sono anche gli anni delle sommosse politiche, dei confronti diretti tra borghesia e proletariato, di un necessario assestamento per la bussola della nuova economia.

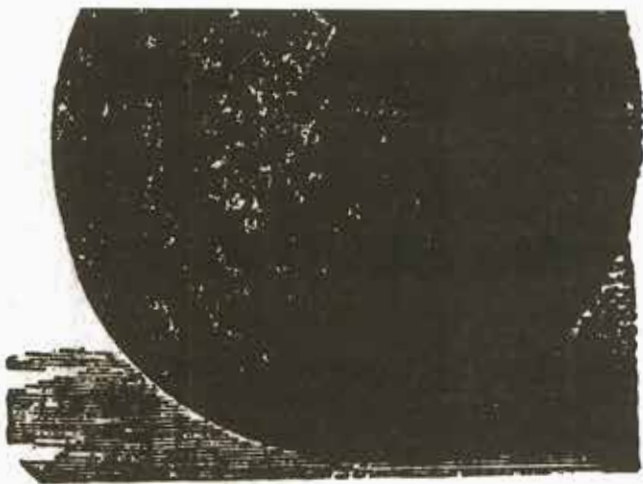
In seno a questo fermento Davide persevera e poco tempo dopo trasferisce il laboratorio Campari dai sotterranei della Galleria alla periferica via Corsico, vicino alla ferrovia di Porta Genova. Trattasi di un primo piccolo embrione di fabbrica ma evidentemente quelle novelle reclames hanno sortito un certo effetto e la clientela si allarga dunque verso altri caffè, altre liquorerie oltre i confini di Milano. L'annuncio propizio parlava chiaro e sul finale si rivolgeva proprio ai "rivenditori". Gli stessi ai quali Davide domanderà di lì a poco di esibire i propri manifesti colorati ovunque fossero serviti i suoi prodotti di punta: Bitter e Cordial, in un felice crescendo di immagini che pongono le basi per un vivace ed elegante racconto che ancor oggi non accenna ad arrestarsi.

*Davide takes the helm in an era which is not devoid of social commotions and thus, on May 1st of the year 1890 Milan is witness to the first "Labour Day"-workers' procession led by the socialist politician Filippo Turati . The army patrols the Gallery and prudently imposes the closure of Café Campari and many other historical establishments like Savini and Gnocchi". These are the years of the "Belle Epoque" but they also coincide with political tremors, direct confrontation between the bourgeoisie and the proletariat and with a necessary adjustment of the new economy's compass.*

*Davide perseveres amidst this effervescence and shortly thereafter moves the Campari laboratory from the Gallery's basement to the more suburban Corsico street, near the railway at Porta Genova. This is the first small embryo of a future factory and evidently those novel advertisements had made a certain impact, contributing to the growth of the clientele, stimulating business with other cafés and liquor vendors beyond the confines of Milan. The propitious text was clear after all, and the last words were intentionally addressed to the "retailers". Davide will soon ask these very same retailers to exhibit his colourful posters wherever his top-of-the-line products were served. Bitter and Cordial are thus featured in a happy crescendo of images which will set the tone for the vivid and elegant tale still narrated to this day.*



on-  
 E-  
 188  
 dia  
 ro-  
 ili-  
 ro-  
 o-  
 o  
 do  
 ri-  
 no  
 ti.  
 m-  
 ic-  
 F-  
 , o  
 a  
 ma  
 sp-  
 ità  
 a sè  
 omico, po-  
 do disegno,  
 25, Mi-  
 istruzione.  
 312  
 N. B. Indicare  
 quali materiali  
 si desidera  
 rano.  
 AGO  
 GIORE  
 della ri-  
 soltivo a-  
 sul Lago.  
 ONORE  
 Miraflore  
 redda e  
 PTEI &  
 A.  
 NGUE  
 RI  
 DA  
 hino, e  
 ottima  
 pando  
 e L'ho  
 rauri-  
 no, con-  
 to allo  
 na in-  
 venia



**Pera Delices de Froyennes**

ità sorprendente; pesa chilog. 2 1/2 ed è assai raccomandata, per la grande nonchè per il minimo prezzo di L. 15; con imballaggio L. 18.

**Premiato Stabilimento Agrario Botanico FRATELLI INGEGNOLI**

Già della Società per Azioni **BURDIN MAC- GIORRE e C.** Stabilimento fondato nel 1817 — Il più vasto ed il più importante d'Italia. **Milano, Corso Lorica, 45**

**CATALOGO GENERALE**

Un bel volumetto di 64 pagine con 100 incisioni e colla descrizione di tutte le piante da prato, campo, orto e giardino, e di tutte le piante fruttifere, di rimboscimento, d'ornamento, rose, camelia e fiori. **Viene spedito GRATIS dietro semplice richiesta**

**Cassetta contenente 20 qualità Sessanti di Fiori**  
 scelta fra le più belle per ornamento di giardini e per coltivazione in vaso.  
 I venti carosissimi componenti questa cassetta portano ciascuno il disegno a colori del fiore che si deve produrre, oltre ad una descrizione dettagliata per la coltivazione.  
**Lire 3.50**  
 franca di tutte le spese in qualsiasi caso in Italia.

**CORDIAL CAMPARI**

Il Cordial può gareggiare in squisattezza di gusto ed in delicatezza di aroma coi più famosi liquori esteri quali la Chartreuse, la Benedictine, ecc. Liqueore eminentemente igienico, vien raccomandato specialmente per debolezza di stomaco e difficoltà di digestione.

La Bottiglia . . . L. 6 —  
 1/2 » . . . » 3 50  
**Dirigersi G. CAMPARI - Milano**  
 Prezzi convenienti ai rivenditori.



Unica Fabbrica Esclusiva di **DUSTI e BIANCHERIA** per **SIGNORA**  
**FINZI - CANTONI**  
 Milano, via Carlo Alberto, 29  
 (Lancetta)

**Corredi completi da Signora**

**CA MILAN**

**DI TE GR.**

Corre  
 47, Via

**BIA**  
 per 81  
**COMPLE**

Speciali

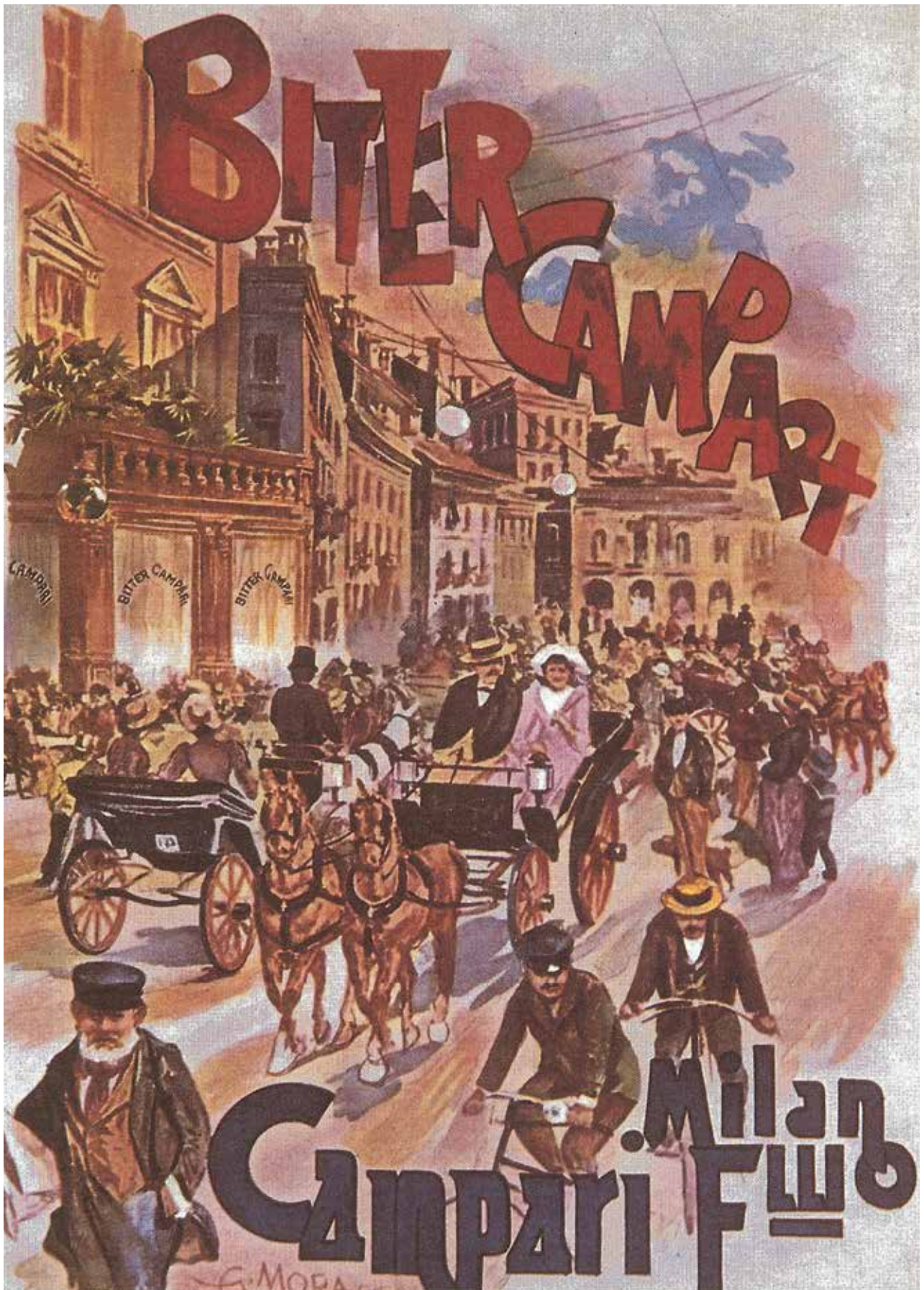
**SCI**

In Milano

**MIRACCO CONFETTI STANZI**

genere e le ritenute incostrinzimenti i flussi bianuretali nico che prendo urano appguarigione e una eccogringarizime rogo, attuati Napoli peo dalle steno trattative da legista L. l'elento di Tutto era d'lettero di ri l'ul' Gnu l'ul' Gnu l'ul' Gnu A 50...





Manifesto / Poster Bitter Campari, Giacomo Mora,  
1894. Archivio / Archive Galleria Campari

Una composizione in particolare, datata al 1894 segna con garbo il debutto di Davide nel nuovo immaginifico mondo delle affiches. Disegnata da G. Mora e stampata dallo Stabilimento Litografico Ronchi che aveva il negozio in Corso Vittorio Emanuele II, a pochi passi dal Caffè Campari. Lo stile è aneddótico, vivace, tipico di un illustratore e sebbene non sia maestrale paragonato alle glorie artistiche successivamente assoldate da Davide il tema scelto è assolutamente centrato. In questo primo emozionante manifesto il nome Bitter Campari campeggia a grandi lettere plastiche e sfalsate nel cielo di una trafficatissima via che allude al dinamismo milanese. In Italia siamo nel pieno della seconda rivoluzione industriale e Milano ne è il cuore pulsante.

La città si trasforma, si estende oltre le mura spagnole grazie ad una febbrile attività edilizia ed economica. In via Santa Radegonda si inaugura la prima centrale elettrica d'Europa ed in tandem le prime grandi imprese industriali cambiano i modi e i tempi del lavoro. Tutto questo influisce sull'aumento della popolazione e quel nome "Campari" che sfiora i palazzi e s'innalza sopra le carrozze è associato ora e per sempre alla moltitudine di persone animate dal fermento cittadino. In primo piano si notano anche le biciclette che superano i calessi e che riscuotono un grande successo presso la piccola borghesia. Le due ruote pneumatiche regalano mobilità, simbolo di progresso ed indipendenza per tutti. Tra le altre forme di trasporto di cui Milano era dotata ricordiamo il treno, l'omnibus e dal 1893 il primo tramway elettrico che da Piazza del Duomo si recava a Monza. Il Bitter Campari batteva allo stesso ritmo della grande città lombarda, era già parte indelebile di questa modernità ed il manifesto di G. Mora lo celebra espressamente.

*In 1894 Davide makes a graceful debut in the imaginative world of lithographic posters with a composition designed by G. Mora. It was printed by a lithographic workshop named Ronchi, situated in Corso Victor Emanuel II, a few steps from the Campari Café. The style is anecdotal, detailed, typical of an illustrator and although it is not magisterial compared to the artistic glories later commissioned by Davide, the theme is perfectly accurate. In this first exciting poster, the name "Bitter Campari" with its bold and slightly staggered lettering stands out against the sky of a busy street which recalls the dynamism of Milan. Italy was in the middle of the second industrial revolution and Milan was its beating heart.*

*Thanks to a feverish economic activity and real estate construction the city centre transforms itself, extending its borders beyond the Spanish walls. The first electric power plant in Europe is inaugurated in Santa Radegonda St. as the first great industrial companies alter the modalities and hours of labour accordingly. All of this has an important influence on the growth of population and the name "Campari" seen rising above the carriages and grazing the top of the buildings reflects this growth. It will forever be associated with the multitude of people animating the city's fervour. In the foreground of the picture plane, one also notices the bicycles superseding the carriages. Modern bicycles were extremely popular with the middle classes regaling them with mobility: a true symbol of progress and independence for everyone. Amongst the other means of transportation present in and around Milan we must remember the trains, horse drawn buses and, as of 1893, the first electric tramway departing from Piazza del Duomo and carrying passengers all the way to Monza. Bitter Campari and the great Lombard city were beating at the same rhythm, Campari was already an integral part of this modernity and G. Mora's poster celebrates this clearly.*

A cavallo tra l'Ottocento e il Novecento le strade di Milano cominciano ad essere adornate da moltissimi manifesti di ogni foggia ed utilità. La parola pubblicitaria viene declamata a grandi lettere e colorate immagini che si avvicinano alle linee del neonato stile Liberty, espressione italiana dell'Art Nouveau. Le immagini di carta si stagliano sui muri delle case, all'ingresso dei caffè più eleganti, vicino ai grandi magazzini, attirando gli sguardi dei potenziali clienti ed invogliando al consumo. I manifesti sostituiscono le urla gioviali ma passatiste dei venditori ambulanti, diventando specchio di nuove possibilità, nuove merci in abbondante varietà, di un nuovo modo di vivere e pensare.

Il manifesto, in quanto vera e propria anima del commercio, comincia ad assumere una autonomia stilistica ed espressiva dopo la metà del XIX secolo grazie anche all'apporto di alcuni artisti famosi. Il parigino Jules Chéret (maestro ispiratore di quel Leonetto Cappiello che dopo la grande guerra formulerà l'indimenticabile "Spiritello" Campari) è unanimemente considerato il padre del manifesto artistico moderno. Grande ammiratore di Watteau e delle morbide e vaporose frivolezze del Rococò egli eleggerà la figura femminile a sua musa ispiratrice. Le sue composizioni piene di svago, gioia, colore e leggerezza influenzeranno anche il lavoro del giovane Toulouse Lautrec ed entrambe le tipologie di manifesto assumeranno l'autentico spirito della Belle Époque con i suoi concerti, cafés chantants, e mille intrattenimenti della nuova e produttiva Europa.

Negli anni 90 dell'Ottocento la Francia rappresenta il meglio della cartellonistica occidentale e ai due maestri principali si aggiungono i nomi di Alphonse Mucha, Pierre Bonnard, Feliz Vallotton e molti altri. Nascono anche le prime mostre del settore che sanciscono l'integrità artistica della cromolitografia.

Tuttavia, in Italia tali riconoscimenti tardano ad arrivare e quando Davide Campari esordisce con questo linguaggio, il manifesto italiano è ancora agli albori. Non certo perché mancassero gli artisti, sicuramente non perché fosse meno preponderante la tradizione della stampa litografica ma semplicemente perché la rivoluzione industriale italiana arriverà solo in seguito all'Unità politica. L'Italia entra in ritardo nella storia del manifesto perché mancavano dunque i grandi committenti e Davide Campari fu tra i primi pochissimi imprenditori e commercianti che cominciarono a fidarsi di queste nuove tecniche di comunicazione.

Con caratteristica lungimiranza ed intelligenza Davide intuisce che il manifesto, se declinato in maniera corretta, se impiegato con buon gusto ed eleganza artistica, può essere uno strumento efficace e redditizio. Il suo investimento fu premiato poiché nel 1896 il laboratorio Campari trasloca nuovamente in cerca di maggior spazio ora scovato nella via Galilei dietro all'attuale Stazione Centrale. Il 1896 fu anche l'anno in cui l'industria italiana cominciò a decollare, con un aumento di produzione del 12% rispetto agli anni precedenti.



*Between the late 19th and early 20th century the streets of Milan began to be adorned with many posters of all sorts and purposes. The voice of advertising was declaimed in large letters and colourful images expressing the new-born Liberty style, the Italian interpretation of Art Nouveau. These paper images were displayed along the walls of the buildings, at the entrance of the most elegant cafés and near the first great department stores where they attracted the attention of potential buyers. Posters replaced the joyful but outmoded cries of the travelling street vendors and began to mirror new possibilities, new products in abundant variety, new ways of living and thinking.*

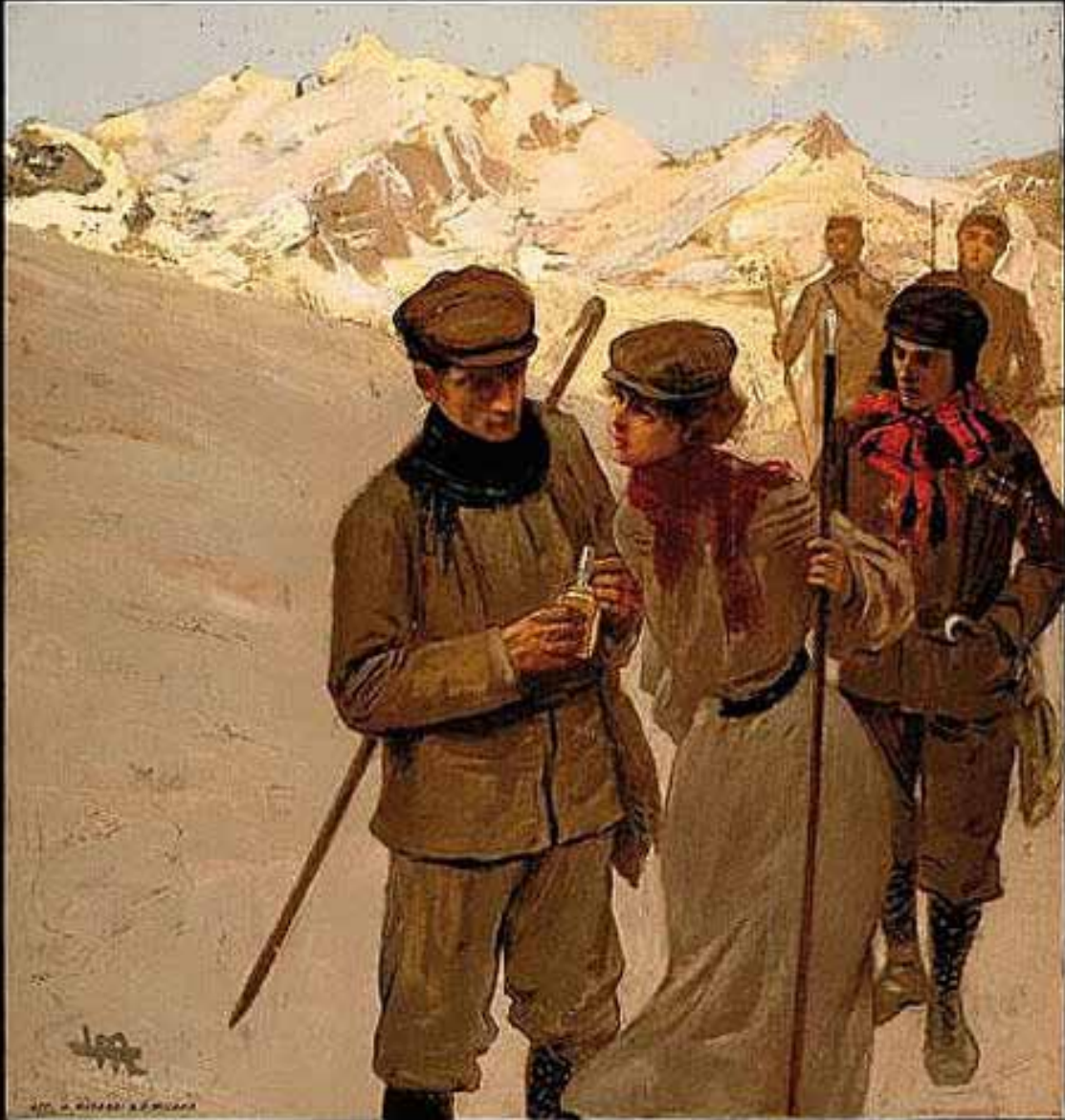
*The advertising poster symbolizes the true soul of commerce and, towards the second half of the 19th century, takes on an expressive and stylistic independence with the help of certain famous artists. The Parisian Jules Chéret (the master who inspired Leonetto Cappiello to devise the unforgettable Campari "Spiritello" after the Great War) is unanimously recognized as the father of the modern artistic poster. He was a great admirer of Watteau, of soft and vaporous Rococo frivolities and he will elect the feminine figure as his persuasive muse. His joyful and colourful compositions filled with lightness and amusement will also influence the work of the young Toulouse Lautrec. Both of their interpretations will produce posters imbued with the authentic spirit of the Belle Epoque with its concerts, cafés, and the myriad entertainments of the new productive Europe.*

*In the last decade of the 19th century France represents the best of Western poster design and the two main masters are joined by Alphonse Mucha, Pierre Bonnard, Feliz Vallotton and many others. The first exhibitions in this genre begin to sanction the artistic integrity of colour lithography.*

*Nonetheless, in Italy such recognition is attained with some delay and when Davide Campari premiers with this new language the Italian poster is still in its early days. Italy was certainly not lacking in artists nor was the lithographic printing tradition less prevalent. The country's delay in this area is simply related to the fact that the industrial revolution will only come to full fruition after political unification (1861). Italy's great industrial patrons were yet to come, and this contributed to its tardy arrival within the story of poster art. In fact, Davide Campari will be one of the first few entrepreneurs and tradesmen to place their faith in these new means of communication.*

*Davide intuitively perceives that the poster may be an efficient tool. With his characteristic foresight and intelligence, he realizes that posters created with good taste and artistic elegance will be a profitable enterprise. His first investment was soon to be rewarded since 1896 marks the Campari laboratory's second move in search of further space and a new location was duly found in Galilei street, behind the Central Train Station. The year 1896 also ushers in the take-off of the Italian industry with a soaring 12% increase in production compared to the preceding years.*

# CORDIALI



# CAMPARI

SPECIALITÀ  
DELLA DITTA

G. CAMPARI

FRATELLI CAMPARI SUCCESSORI

- MILANO -

Davide intuisce che se la qualità del prodotto si accompagna a delle immagini di valore quel valore resterà nella memoria e nella cultura di una società. Naturalmente non esistevano ancora le agenzie pubblicitarie e Davide non possedeva un ufficio creativo. Si baserà dunque sul suo istinto e terrà gli occhi ben aperti sul suo tempo, sulle novità del Liberty e sull'originalità delle composizioni. Dal 1899 si affiderà alla brillante squadra delle Officine Grafiche Ricordi che dipendevano dall'omonima ed importante casa editrice milanese. Dalla Ricordi discendono tutti i grandi nomi della cartellonistica nostrana a cominciare dai talentuosi Leopoldo Metlicovitz e Adolfo Hohenstein, entrambi approvati da Davide in quell'anno per il secondo capitolo della sua valente avventura pubblicitaria.

*Davide realizes that if a product of quality is associated with images of value this value will then persist within the memory and the culture of a society. Naturally, advertising agencies did not yet exist, and Davide did not dispose of an internal creative office. Consequently, he will rely on his instinct and keep his eyes wide open on the present, on the novelties of the Liberty style and on the originality of chosen compositions. From 1899 onwards he will count upon the brilliant team at Officine Grafiche Ricordi (Ricordi Graphic Workshops) who were headed by the important Milanese publishing house of the same name. All the great artists who contributed to the making of Italian poster art will descend from Ricordi beginning with the incredibly talented draftsmen Leopoldo Metlicovitz and Adolfo Hohenstein. Both creatives will be approved by Davide that year for the second chapter of his valorous advertising adventure.*

La montagna innevata è il contesto scelto per esaltare le virtù del Cordial, il dolce e vellutato liquore al lampone, alchemica invenzione che gareggiava egregiamente con il liquore francese della Grande Chartreuse. Per Davide è fondamentale che il prodotto si inserisca in maniera naturale nella scenografia del manifesto, che sia suggerito più che descritto. Ed ecco che il Cordial è quasi mimetizzato tra le mani dell'escursionista a capo di una allegra ma infreddolita comitiva che passeggia lungo il crinale della montagna. L'uomo disegnato da Metlicovitz si ferma e svita l'elegante boccetta che contiene il famoso elisir color luna, ed è naturale immaginare che presto le sue proprietà riscaldano tutti i partecipanti in un momento di corroborante socialità all'aria aperta.

Il secondo manifesto montanaro, anch'esso a otto colori, è firmato da A. Hohenstein, il decennale e geniale direttore artistico delle Officine Grafiche Ricordi. La scena pare svolgersi in una suggestiva notte d'inverno con le bianche montagne che si stagliano sul cielo di un blu scuro intenso e glaciale. Ai candidi picchi alpini fa eco il bianco e spettrale cappuccio appuntito di un frate, chinato sul corpo di un viandante svenuto tra i ghiacci della impervia natura. La figura del religioso appare quasi come una visione angelica accompagnata da due fedeli San Bernardo il cui fiuto è stato provvidenziale. Rispetto alla placida narrazione del giovane Metlicovitz il racconto visivo del maestro Hohenstein rivela dei tratti più drammatici e suggestivi, forse influenzati dal sodalizio con Puccini e dalla copiosa produzione di locandine e manifesti per melodrammi che impegnarono l'artista in questo periodo.



*The snowy mountain tops are the chosen set for the extolment of Cordial's virtues. Cordial was a sweet and velvety raspberry liqueur, an alchemical invention which competed admirably with the French counterpart called Grande Chartreuse. The product must insert itself within the scenography of the poster with natural ease, it must be suggested rather than described. These concerns were fundamental for Davide. And thus, Cordial appears to be almost camouflaged between the hands of the excursionist who leads a merry but shivering brigade along the ridge of the mountainside. The man designed by Metlicovitz stops in his tracks and unscrews the elegant bottle containing the moon-coloured elixir. It is natural to imagine that its properties will soon bring warmth to the hikers in a fortifying moment of en pleine air sociability.*

*The second mountaineer poster, equally furnished with eight colours, is signed by the genius of A. Hohenstein. This artist had been the accomplished creative director of Ricordi's Graphic Workshop for the last ten years.*

*He conjures an atmospheric winter's night with white frosty mountains superimposed against an intense sky of dark blue. The pointed tips of Alpine purity are echoed in the white hood of a ghostly monk leaning upon the exhausted body of an adventurer who has succumbed to nature's glacial pitfalls. The religious figure almost appears as an angelic vision accompanied by the two faithful St. Bernards with a providential sense of smell. Compared to the previous placid narration of the younger Metlicovitz this visual tale by his master Hohenstein reveals a more dramatic and evocative flair. It may be that Hohenstein was influenced by his partnership with Puccini and the copious production of flyers and posters for melodramas which he was busy with at this time.*

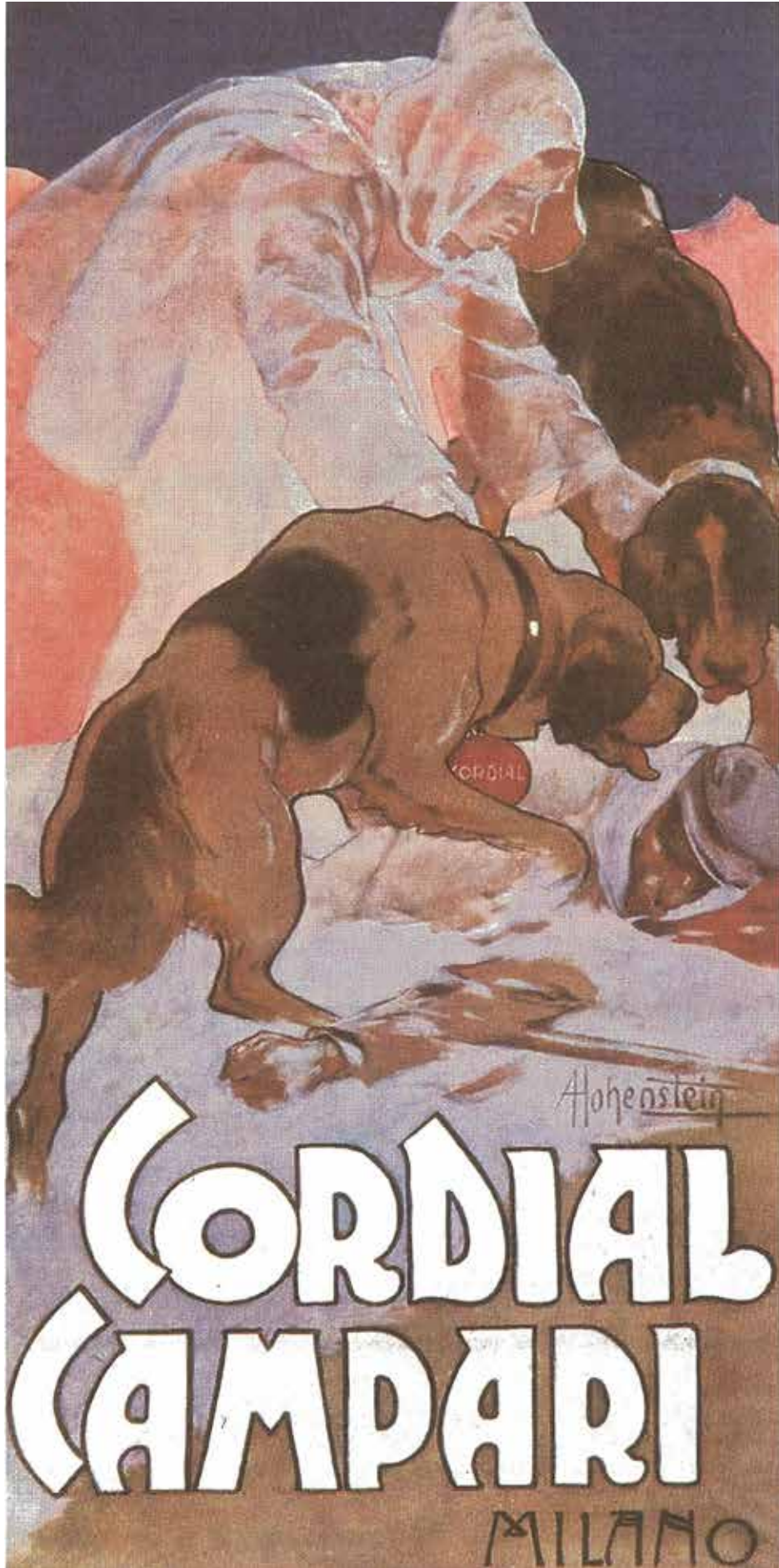
La storia ha un lieto fine poiché al collare di uno dei cani notiamo una piccola borraccia rossa con la scritta "Cordial" e capiamo d'un tratto che la ben nota pozione restituirà forza, calore e spirito allo sfortunato alpinista.

Nello stile Hohenstein e gli artisti delle Officine Ricordi sono maggiormente cosmopoliti, non più legati al pittoricismo della Scapigliatura e dei Macchiaioli ma capaci di dosare linea e colore con l'elegante economia di mezzi che valorizzava maggiormente la tecnica della litografia. La silhouette dell'eroico cagnolone è racchiusa in una sottile linea di contorno nera, memore delle xilografie giapponesi che così tanta influenza ebbero sullo stile dell'Art Nouveau e sulle movenze del Liberty. Anche la grafica e le lettere stesse appaiono più morbide e bombate secondo gli stilemi floridi tipici della Belle Époque. È bene ricordare che la Ricordi aveva una serie di agenzie internazionali sparse tra Londra, Parigi e New York e che questi costanti rapporti con l'estero permisero agli artisti della scuderia di aggiornarsi e di arricchirsi di culture diverse.

*Nevertheless, the story will have a happy ending for we notice that one of the dogs wears a small red barrel marked "Cordial ". One instantly concludes that the well-known potion at the dog's collar will restore strength, warmth, and good spirits to the unfortunate traveller.*

*Hohenstein and the artists of the Ricordi Workshops are more cosmopolitan in style, less tied to the pictorialism of the Scapigliatura movement and the Macchiaioli painters. They are very adroit in balancing line and colour with the elegant economy which best suits and enhances the lithographic technique. The silhouette of the heroic and affectionate canine is enclosed within a thin black contour , which is reminiscent of Japanese woodcuts and their important influence on the style of the Art Nouveau and the Liberty movement. The graphics and even the lettering appear to be softer and rounder, more in tune with the florid stylistic features of the Belle Époque.*

*It will be useful to remember that Ricordi had a series of International agencies scattered through London, Paris and New York and these constant foreign relations allowed the artistic team to stay abreast of the novelties, enriching each other with different cultures.*



Hohenstein  
**CORDIAL  
CAMPARI**  
MILANO



**- BITTER -  
CAMPARI**



Hohenstein in questo partiva avvantaggiato avendo studiato all'Accademia di Belle Arti di Vienna e portando nel suo bagaglio culturale le reminiscenze delle sue origini russe e tedesche. Ma è a Milano che esordisce come illustratore, è qui che si svilupperanno nel corso di più di vent'anni di esperienze le sue doti di disegnatore di manifesti, cartoline, locandine, libretti, costumi teatrali e decorazioni d'interni. Nel 1901 egli si fa portavoce di Campari ancora una volta e raffigura con maestria il ruolo dell'aperitivo per eccellenza nello stile di vita moderno e borghese.

*Hohenstein had the advantage of an education from the Academy of Arts in Vienna and a cultural baggage which was filled with impressions of his German and Russian origins. But Milan is where he will make his debut as illustrator and where he will cultivate his talents as a designer of posters, postcards, flyers, opera libretti, theatrical costumes, and interior decorations through twenty years of experience.*

*In 1901 he will be Campari's spokesman once again, producing a magisterial representation of the modern bourgeois lifestyle and the role played therein by the quintessential aperitif.*

Il manifesto che immortalava due gentiluomini milanesi seduti al tavolino di un caffè entra a pieno diritto nella storia della più alta cartellonistica europea. È un'immagine di grande forza ed essenzialità in cui regna la spontaneità e spicca l'assenza di allegorie stantie. L'elegante e lineare calligrafia maiuscola del "Bitter Campari" strizza l'occholino al Liberty e si sovrappone sul vetro di un animato caffè cittadino. Pochi colori in piatte e moderne campiture; rosso, giallo, nero e tortora nelle sintetiche e raffinate silhouettes degli avventori in conversazione, l'abbigliamento distinto, la nuova ricercatezza del lettering, il riflesso di una carrozza, il suono dei ferri sull'asfalto. Ci sarebbero molte distrazioni ma i due habitués in primo piano sono intenti ad osservare con piacevole anticipazione l'abile preparazione di un Campari & Seltz. Mente e corpo dei due si sporgono verso il tondo tavolino mentre, con abile taglio fotografico sulle mani del cameriere vanno in scena il sifone, due classici calici a tulipano e la giusta dose del rosso aperitivo. È dell'ultima decade dell'Ottocento la scoperta del seltz in quanto alleato essenziale del Bitter, quel po' di soda gassata che produce quella venerabile e leggiadra schiuma. Quest'opera è il primo manifesto in cui viene rappresentato il "perfect serve" ovvero la specifica ricetta dell'iconico aperitivo milanese. Le dosi precise di questo rituale, la naturalezza della scena e le calibrate lumeggiature di una giornata di sole si sposano in una composizione sia didattica che altamente artistica.

Nel 1900 si tenne a Parigi una delle più importanti esposizioni universali della storia e 50 milioni di visitatori internazionali affluirono alla capitale europea per ammirare le più recenti innovazioni tecniche e scientifiche dell'epoca-tra le più memorabili possiamo citare la metropolitana, il cinematografo dei Fratelli Lumière, l'ingegneria della Tour Eiffel, le danze serpentine di Loie Fuller coreografate dalla luce elettrica e molte altre meraviglie. Davide Campari partecipò in prima persona a questo fermento positivista con i suoi rinomati prodotti, frutto di due generazioni di Maîtres liquoristes, e ricevette la medaglia d'argento in segno ufficiale di riconoscimento.

*The composition featuring two memorable Milanese gentlemen seated at a café is by rights one of the highest examples of European poster art. It is a powerful and yet straightforward image where spontaneity reigns and the absence of stale allegory is a clear prerogative. The elegant, bold, and linear calligraphy which spells "Bitter Campari" approaches the Liberty style and stands out against the glass pane of an animated urban café. Few colours are displayed in flat and modern planes; red, yellow, black, and light grey alternate in the refined silhouettes of patrons in conversation, their distinguished apparel, the originality of the lettering, in the reflection of a carriage, the echo of iron horseshoes on the pavement. There would be many distractions but the two "regulars" in the forefront are pleasantly engrossed in the waiter's skilful preparation of a Campari & Seltz (soda). The two habitués lean in towards the little round table with anticipation whilst a photographic cut places the waiter's hands in the limelight; a syphon, two tulip shaped glasses and just the right amount of the red aperitif take centre stage.*

*The last decade of the 19th century brings the discovery of sparkling soda water as Campari Bitter's essential ally in the lovable creation of a light and venerable foam. This is the first work of poster art to feature the "perfect serve", that is, the specific recipe for the iconic Milanese aperitif. The precise dosage of this ritual, the nonchalance of the scene and the calibrated light of a sunny day are fused into a composition which is at once educational and highly artistic.*

*In the year 1900 Paris hosted one of the most significant Universal exhibitions in history and fifty million International visitors were drawn to the European capital in admiration of the most recent scientific and technological innovations of the epoch. Amongst the most memorable we may certainly recall the underground metro, the cinema invented by the Lumière Brothers, the engineering feats of the Tour Eiffel, the serpentine dance of Loie Fuller choreographed with electric light and many other wonders. David Campari personally participated in this positivist fervour with his own renowned products. These were the fruits of two generations of Maîtres liquoristes, (Liqueur/Drink Masters) and Campari received the silver medal as an official sign of recognition.*



Non deve dunque sorprendere il fatto che in quel 1900 la cartellonistica Campari firmata da Aleardo Villa ricalchi il modello della persuasione pubblicitaria al femminile, così come aveva insegnato il parigino Jules Chéret. Trattasi di un dittico in cui due gioiose e floride figure muliebri giocano con le bottiglie del Cordial e del Bitter. La luminosità dei loro occhi, il biancore dei sorrisi e la vaporosità dei loro abiti piumati, ricordano il frizzante mondo dei cabarets e degli spettacoli della “ville des lumières”. La luce proviene anche dall’ottimismo spensierato di una società che celebra i propri traguardi.

Luce che filtra attraverso le bottiglie presentate e riflette i suoi colori cangianti sui ridenti volti; luminoso oro del Cordial e caldo ramato del Bitter. Il nuovo secolo si lascia alle spalle il buio delle candele insieme alle carestie. Campari è associato ad una nuova confortevole fertilità di idee e costumi, ad un’epoca di brillante illuminismo moderno.





*It is not therefore surprising, that the Campari advertising posters signed by Aleardo Villa in 1900 should hark back to a feminine model of commercial persuasion long since advocated by the Parisian Jules Chéret. The diptych in question features two joyous and flourishing female figures playing with the Bitter and Cordial bottles. The light in their eyes, the white purity of their smiles and the vaporous quality of their feathered frocks evoke the effervescent world of shows and cabarets from the “city of lights”. The light also comes from the carefree optimism of a society celebrating its achievements. The light*

*filters through the presented bottles and reflects their iridescent colours upon the happy expressions of the maidens: luminous gold of Cordial and warm rouge of Bitter. After all, the new century turns its back on famines and dim candlelight. Campari is associated with a fertile era of new ideas and habits, an epoch of modern and shining enlightenment. Storyteller already mentioned in the introduction of this article.*



---

Lina Cavalieri per Calendari Campari / for Campari Calendars,  
Cesare Tallone, 1900. Archivio / Archive Galleria Campari

Le bottiglie compariranno di rado nei manifesti e dovremo aspettare le composizioni di Nizzoli del 1926 per rivedere le loro forme slanciate in primo piano. La qualità e la reputazione dei prodotti era ormai talmente consolidata che bastava far leva sul nome per evocarla a pieno. Tuttavia, il duetto cartellonistico di Villa introduce il fruitore ad uno dei più longevi leitmotiv della Belle Époque; la bellezza femminile, declinata in maniera positiva per sprigionare tutta la forza della natura vitalistica che tanto impeto ha avuto in Italia con il Liberty.

La carrellata di sirene di carta del 1900 prosegue dunque con il pregevolissimo calendario Campari firmato dal ritrattista di fama Cesare Tallone che immortalava cantanti, attrici, esponenti dell'alta borghesia, incantevoli e fiorenti protagoniste di questo nuovo mondo. Tallone era ritrattista della Regina Margherita, socio onorario dell'Accademia di Brera e detentore dal 1899 della cattedra di pittura. Nelle aule della storica istituzione istruì le future leve dell'avanguardia tra cui Carlo Carrà, Leonardo Dudreville, Romolo Romani e Antonio Sant'Elia.

Tra le sfavillanti immagini del Calendario murale che Campari regala ai clienti più fedeli in quegli anni spicca il volto sorridente dell'inimitabile Lina Cavalieri. Tallone ritrae i suoi lineamenti con verismo mentre fa emergere con forza la sua amabile figura da uno sfondo materico e tardo impressionista, memore del famoso coetaneo Giovanni Boldini.

*Bottles will seldom appear in posters again and we will have to wait for Nizzoli's compositions of 1926 to see their slender shapes in the foreground. The quality and reputation of the products was so firmly established by then that the name alone was a sufficient guarantee.*

*Nonetheless, Villa's advertising duet introduces the Campari devotee to one of the longest running leitmotivs of the Belle Époque; feminine beauty, positively expressed to unleash all of nature's vitalism and power, an element of great impetus for the Italian Liberty.*

*The medley of paper mermaids from the year 1900 thus proceeds with the truly relevant Campari calendar signed by the famous portrait artist Cesare Tallone who commemorated singers, actresses, members of the upper class and other enchanting protagonists of this new world. Tallone had also been the portrait artist of Queen Margherita of Savoy, royal consort to the king of Italy. He was an honorary associate professor of the Brera Academy and Chair of painting since 1899 and in these historic halls many future members of the avantgarde like Carlo Carrà, Leonardo Dudreville, Romolo Romani and Antonio Sant' Elia would be educated by him.*

*The beaming face of the unparalleled Lina Cavalieri stands out from the many scintillating images of the wall calendar bestowed upon Campari's most faithful clients in those years. Tallone describes her features with realism whilst her lovely figure emerges with vitality from a luscious late impressionist background in the manner of his famous contemporary Giovanni Boldini.*

Cavalieri inizia la sua ascesa al successo come nota chanteuse tra i *cafés chantants* di Roma e Napoli ma il suo fascino ed il suo canto seducente spingono la sua fama oltre i confini italiani: a Parigi per le Folies Bergère, a Londra per L'Empire, a Vienna per L'English Garden. Ella studierà duramente per concretizzare il suo sogno di divenire una cantante lirica. Interpreterà la Bohème di Puccini al San Carlo di Napoli per arrivare poi a Londra, Parigi e infine a New York dove diventerà la stella del Metropolitan. È proprio su questo palco famoso che la Diva italiana nel dicembre del 1906 baciò con passione il tenore Enrico Caruso di fronte ad una platea sbalordita durante la messa in scena della "Fedora" di Umberto Giordano. Da allora la "donna più bella del mondo" come tutti già la chiamavano diventò anche "the kissing primadonna".

Un bacio di grande intensità è anche il tema di un celebre manifesto Campari ideato nel 1901 dalla nuova stella del cartellonismo europeo: il triestino Marcello Dudovich. L'artista si forma all'accademia di Monaco e subisce il fascino del simbolismo e dello Jugendstil. Sono movimenti che si distaccano dallo stagnante conservatorismo animando il complesso panorama culturale dell'epoca e che l'artista metterà a buon frutto nel suo lavoro per le Officine Ricordi di Milano.

Negli archivi dell'odierna Galleria Campari si può osservare anche un suo grande disegno preparatorio a pastello nei toni del giallo dedicato inizialmente al Cordial.

*Cavalieri begins her road to success as a popular singer in the cafés-chantants of Rome and Naples but the fame of her charm and her seductive voice will extend beyond Italian borders: to Paris at the Folies Bergères, to London at the Empire, Vienna for the English Garden. She will study with great diligence to achieve her dream of being an opera singer. She will interpret Puccini's Bohème at the San Carlo theatre in Naples, subsequently making her way to London, Paris and finally New York where she will become the star of the Metropolitan. On this prestigious American stage, the Italian Diva will astound the audience by sharing a surprise passionate kiss with the tenor Enrico Caruso during the December 1906 rendition of Umberto Giordano's "Fedora". From that moment on "the most beautiful woman in the world" as fans called her, would also be known as "the kissing primadonna".*

*A kiss of great intensity is also the theme of a celebrated Campari poster devised in 1901 by the rising star of European poster art: Marcello Dudovich, a native of Trieste. The artist receives a formal education from the Academy in Munich and is also influenced by the allure of Symbolism and Jugendstil. These are movements which distance themselves from the more stagnant conservative tradition thereby fortifying the epoch's complex cultural panorama. Images and experiences which will bear fruit in Dudovich's work for the Ricordi Workshops in Milan.*

*In the archives of today's Campari Gallery one can also observe a large pastel preparatory drawing in shades of yellow which was originally devised by Dudovich for the Cordial.*

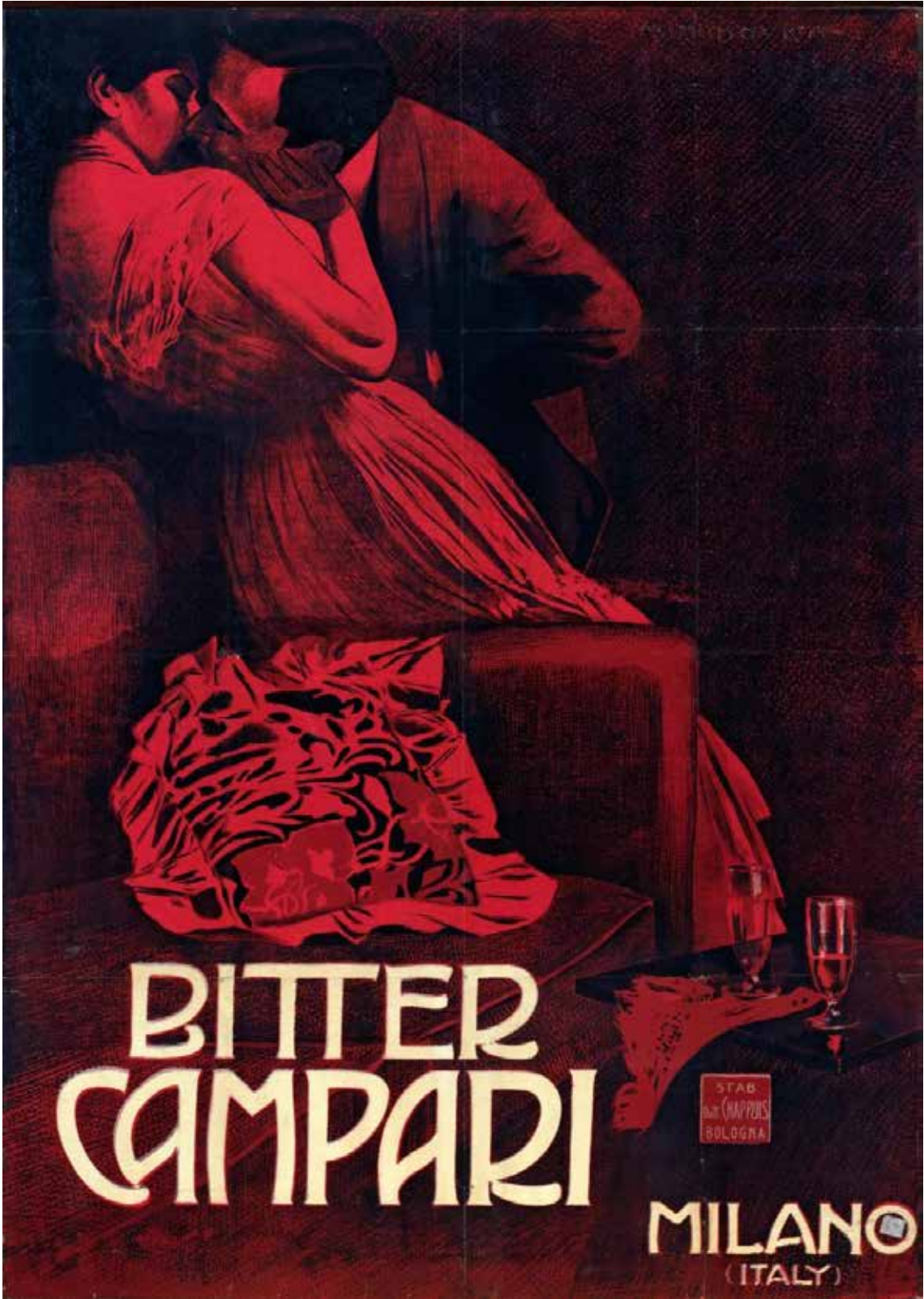




---

Il Bacio / *The Kiss*, bozzetto preparatorio / preliminary sketch,  
Marcello Dudovich, 1901. Archivio / Archive Galleria Campari





# BITTER CAMPARI

STAB  
BOTTIGLIERIA  
BOLLGARA

MILANO  
(ITALY)

La composizione è del tutto simile alla stampa che conosciamo oggi ma nel risvolto finale questo bacio fugace ed istintivo tra una coppia in un tabarin di Parigi si tinge di un rosso infuocato. Le due figure colte nel momento di intimità sono disegnate lungo una diagonale compositiva che parte dai due calici di Bitter appoggiati sul tavolino nell'angolo destro. Il liquido vivificante accende ogni dettaglio ed investe i volti di desiderio, le braccia in tensione, le pieghe del cuscino di seta, l'aria che respiriamo, tutto è Rosso Campari in questo bacio di memoria Hayeziana. Una composizione artistica audace e pionieristica che trasporta il romanticismo storico nell'impeto della contemporaneità Liberty anticipando anche la ben nota "Red Passion" Campari.

*The composition is remarkably like the final lithographic print except that in the latter version this fleeting and instinctive kiss exchanged by a pair of lovers in a Parisian tabarin is tinged with a fire red hue. The two figures, captured in a moment of intimacy, are placed within a diagonal perspective which stems from the two glasses of Bitter poised on the little serving table in the right-hand corner. The vivifying liquid brightens every detail and kindles the faces with desire, the tension in the arms, the pleats on the silk cushion, the air we breathe, everything turns to Campari Red in this kiss, which is reminiscent of Hayez. (See "the Kiss" by F.Hayez, 1859).*

*Finally, this is an audacious and pioneering artistic composition which transports historical romanticism into the impetus of contemporary Liberty and also prefigures the well-known Campari "Red Passion".*



---

La fabbrica nel 1904 / *The factory in 1904*  
Archivio / Archive Galleria Campari

Nello stesso anno mentre l'Inghilterra piange la regina Vittoria, Milano si china in un lungo corteo funebre che attraversa tutta la città per onorare le spoglie di Giuseppe Verdi. Si conclude un'epoca leggendaria e si inaugura sempre più velocemente il nuovo secolo. La prima ferrovia elettrica d'Europa scorre tra Milano e Varese ed il 1902 è testimone del primo collegamento telefonico tra Milano e Parigi. Nel 1903 il biplano dei fratelli Wright si alza da terra. È il debutto del volo! Tutto si muove, tutto volge rapido, le distanze fisiche e mentali si accorciano e Davide Campari si prepara al grande salto produttivo nella dimensione pienamente industriale del suo operato.

I mercati svizzeri e francesi stavano per essere conquistati e a breve si profilava all'orizzonte una rappresentanza Campari a Nizza. Era tempo di costruire uno stabilimento su misura adatto all'espansione del commercio e della distribuzione che la ditta aveva coraggiosamente messo in atto. Lo spazio adatto fu trovato a sette chilometri da Milano a Sesto San Giovanni ed il nuovo stabilimento Campari, disegnato e costruito da Luigi Perrone tra il 1902 e il 1904 sarà di assoluta avanguardia nei servizi e nella struttura, pronto ad affrontare le sfide del Novecento.

*The very same year, whilst England mourns Queen Victoria, Milan bows her head in a long funerary procession through the whole city centre in homage of Giuseppe Verdi's remains. A legendary epoch comes to a close as the new century is inaugurated with increasing speed. The first electric European railway runs from Milan to Varese and 1902 is witness to the first telephone connection between Milan and Paris. In 1903 the aircraft designed by the Wright brothers rises from the ground. It is the beginning of aviation! Everything moves, everything turns to velocity, mental and physical distances are shortened, and Davide Campari prepares for the great leap of productivity which will launch his operation into a fully industrial dimension.*

*The Swiss and French markets were about to be conquered and a Campari seat in Nice was shortly on the horizon. It was time to build a production plant fully suited to the commercial and distributive expansion which the company had courageously enacted. The appropriate location was found seven km from Milan in Sesto San Giovanni and the new Campari factory, designed and built by Luigi Perrone between 1902 and 1904 with avant-garde structures and services, will be ready to face the challenges of the 20th century.*





All'epoca questa era ancora una zona prevalentemente di campagna ma già strategicamente collegata dalla linea ferroviaria Milano-Monza e dalla tranvia elettrica che sostituiva ormai l'ippovia. Il terreno acquistato con perizia da Davide era vicino all'acqua dei canali ed aveva tutte le caratteristiche per accogliere la prima fabbrica su larga scala dei Fratelli Campari. Per loro Perrone progettò uno dei primi edifici italiani costruiti interamente in cemento armato.

Anche esternamente la facciata sarà elegantemente curata, in linea con l'eclettismo del periodo che si ispirava all'estetica del tradizionale cotto lombardo. Una pelle rivestita di piccoli mattoncini rossi che lungo i costoloni verticali si alternano al bianco echeggiando le decorazioni neo-bramantesche che si andavano

a declinare nei nuovi quartieri residenziali del centro di Milano. Eclettiche e di gran moda sono anche le modanature a diamante sui profili superiori delle finestre ad arco ribassato. Raffinato ed allegro è il festone di narcisi gialli su sfondo blu che si allunga flessuosamente in rilievo lungo tutto l'asse orizzontale del palazzo. Fiori che ricordano il Liberty di ascendenza Preraffaelita e che animano le graziose piastrelle di maiolica invetriata. L'alternarsi del fiore tra la prospettiva frontale ed il suo profilo crea un movimento naturale e conferisce l'atmosfera di un leggero soffio primaverile adatto ad annunciare una nuova rinascita per Campari.

---

La fabbrica storica diventa la facciata del nuovo edificio /  
*The historical factory is today the facade to the new building,*  
2010, Ph. Enrico Cano



*At the time, Sesto was still a prevalently rural area but already strategically connected to the Milan-Monza railway line and equally benefiting from the electric tramway which had since substituted the horse drawn buses. The land which David shrewdly purchased was close to the water canals and possessed all the necessary features to host the Campari Brothers' first large scale plant. For them, Perrone designed one of the first Italian edifices to be built in reinforced concrete.*

*The facade will also be elegantly planned along the lines of the period's eclecticism, inspired by the aesthetics of traditional Lombard terracotta. The skin of the building is thus covered in little red bricks and along the vertical ribs these alternate with white inserts echoing the Neo-Bramantesque decorations exhibited*

*in the new residential neighbourhoods of Milan's city centre. The diamond like reliefs seen above the windows with segmental arches were also popular elements of the Eclectic style. A refined and merry festoon of yellow daffodils against a blue background runs in sinuous relief all along the horizontal axis of the building. These Liberty style flowers betray a Pre Raphaelite ancestry and gracefully animate the glazed ceramic tiles. The flowers are depicted in a successive rotation from frontal to profile perspective and this confers a natural movement which evokes the sensation of a light spring breeze, perfectly suited to Campari's novel rebirth.*





---

La fabbrica storica diventa la facciata del nuovo edificio / *The historical factory is today the facade to the new building*, 2010, Ph. Enrico Cano

La natura nella sua varietà, asimmetria ed energia è la principale fonte d'ispirazione per lo stile dell'Art Nouveau che ha le sue basi teoriche nell'Inghilterra della seconda metà dell'Ottocento e nelle idee di William Morris e John Ruskin. È un movimento che punta alla democrazia del bello, all'unificazione tra le belle arti e l'artigianato. Uno spirito antistoricista che si irradia poi verso il Belgio di Horta, la Francia di Guimard, l'Austria di Klimt e la Spagna di Gaudí in infiniti linguaggi moderni che abbracciano sia l'architettura che la grafica, le arti decorative quanto il pensiero dei letterati. In Italia si individua nello "stile floreale" o "stile Liberty" per l'appunto, simbolo di benessere, specchio dell'anima creativa e laboriosa della città di cui il neonato stabilimento industriale Campari è parte integrante.

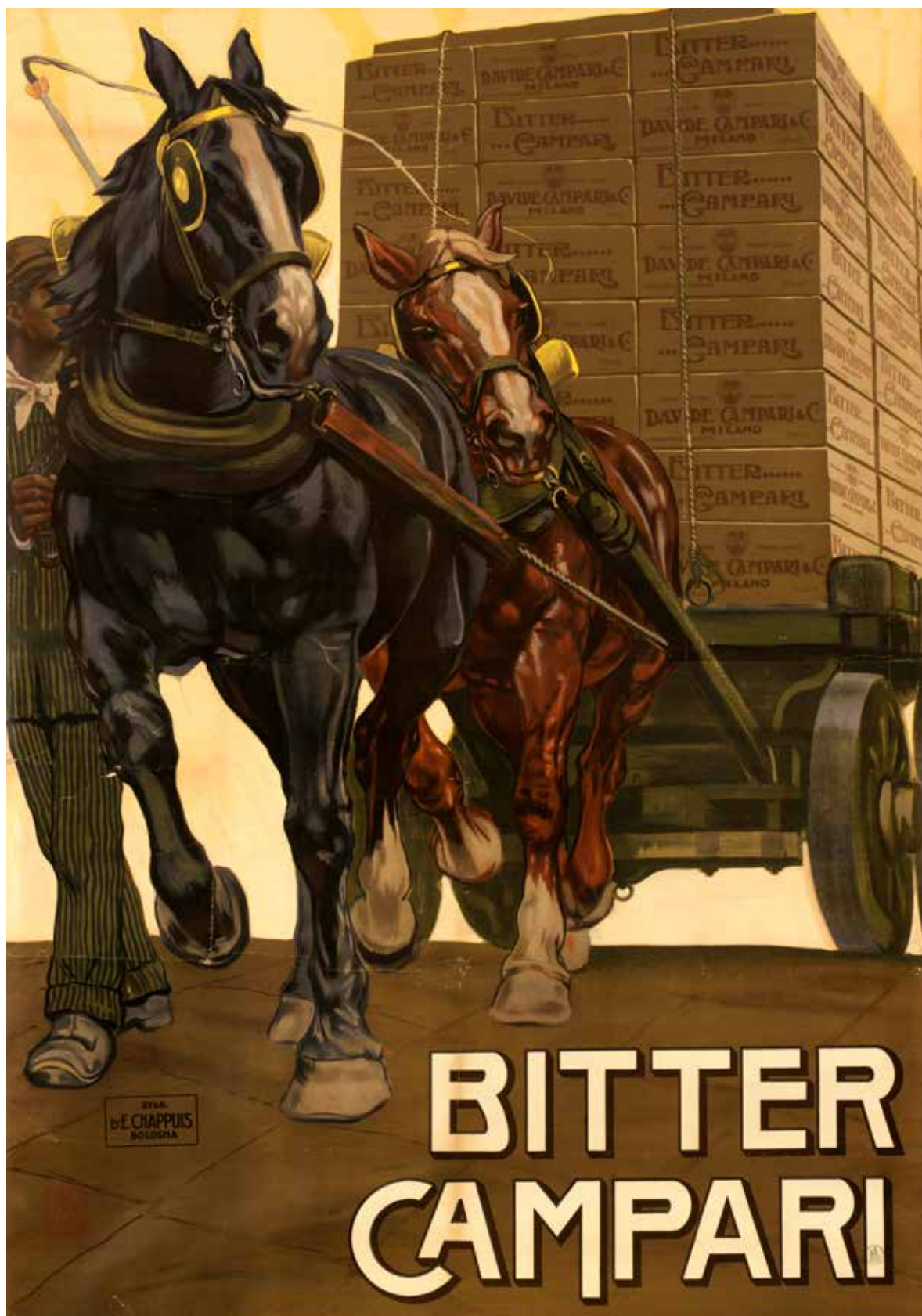
La denominazione "Liberty" è ispirata al negozio londinese di Arthur Lasenby Liberty che vendeva mobili orientali ed una miriade di oggetti grandi e piccoli dalla linea fitomorfa espressa in ferro battuto, vetro, inchiostro, legno e ceramica. Lo stesso imprenditore Liberty aprì una filiale in Corso Vittorio Emanuele II ma il vero trionfo italiano di questo nuovo stile fu sancito a Torino nel 1902 con la prima esposizione internazionale di arti decorative moderne che si tiene nel suggestivo parco del Valentino. Da questo momento in poi i nuovi palazzi milanesi della borghesia emergente saranno decorati con balconi in sinuoso ferro battuto, elementi naturali scolpiti in cemento, vetri colorati e molteplici piastrelle floreali in ceramica dipinti ad arte come quelle di Perrone per la graziosa facciata del nuovo stabilimento.

*In its variety, asymmetry and energy nature is the primary source of inspiration for the Art Nouveau style which has its theoretical roots in Victorian England and in the ideas of William Morris and John Ruskin. The movement longs for the democracy of beauty, aims at the unification between high art and craftsmanship. An anti-historicist spirit sweeps through Horta's Belgium, Guimard's France, Klimt's Austria, and Gaudí's Spain in infinite modern expressions which embrace graphic art, architecture, decorative arts, and the mindset of the literati in equal measure.*

*In Italy, this impulse may be discerned in the "floral style" or "Liberty style" as it were, a symbol of prosperity and well-being. Liberty mirrors the creative and hard-working soul of the city and Campari's new-born industrial plant is an integral part of this.*

*The term "Liberty" was inspired by Arthur Lasenby Liberty's English shop which sold oriental furniture and a myriad of objects big and small with a phytomorphic quality expressed in wrought iron, glass, ink, wood, and ceramics. The same entrepreneur opened a Liberty shop in the Milanese Corso Vittorio Emanuele II but the true Italian triumph of this new style was consecrated in Turin, at the first International exhibition of modern decorative arts, held in 1902 within the evocative Valentino parklands. From this moment on the new Milanese palaces of the burgeoning upper bourgeoisie will be decorated with balconies of curvaceous wrought iron, natural elements sculpted in concrete, colourful stained glass, and a multitude of artistic ceramic tiles like those chosen by Perrone for the graceful façade of the new factory.*





Ben presto, in seguito all'esempio di Davide, s'insediarono a Sesto anche la Breda, La Marelli, le acciaierie Falck e molti altri grandi realtà della rigogliosa imprenditoria italiana.

È all'insegna di questo fervore produttivo anche il cartellone dello scenografo ed incisore ferrarese Adolfo Magrini che nel 1905, un solo anno dopo l'apertura dello stabilimento, promuove l'abbondanza dei prodotti Campari. In primo piano due possenti cavalli in scorcio prospettico per meglio esprimere lo sforzo fisico nel trainare un carro colmo di casse di Bitter. Accanto a loro la figura di un operaio che accompagna con ritmo e puntualità il carico di merci a destinazione. Allegoria di un tragitto che sarà punteggiato dall'impegno di tutti e dal continuo progresso in questa Belle Époque Europea che Campari cavalca con determinazione ed originalità di pensiero.

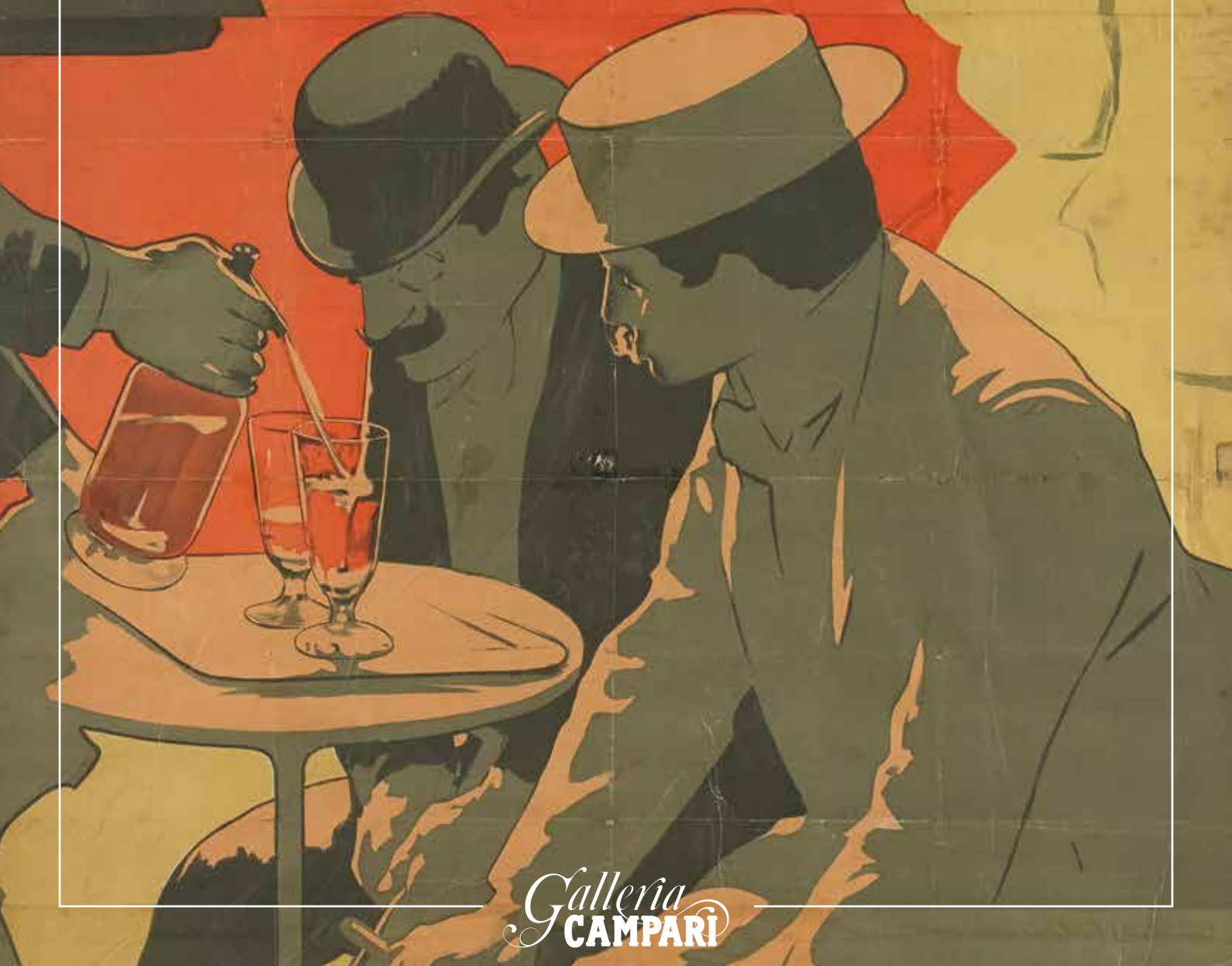
**N.B** Nella parte seconda di questa narrazione tratteremo gli anni che precedono la Prima Guerra Mondiale in un crescendo di rimandi al Liberty e felici intuizioni firmate Campari.

*Following Davide's example many other representatives of the flourishing Italian entrepreneurial class like Falck Metalworks, Breda, Marelli and many others will settle in Sesto.*

*The year after Campari's industrial debut the same productive fervour is mirrored in the 1905 lithographic poster created by Adolfo Magrini, as the Ferrarese engraver and set designer extolls the new abundance of Campari products. The forefront is dominated by two powerful horses drawn in a slightly foreshortened perspective to express the physical strain of towing a wagon full of Bitter crates. A worker is also seen walking beside the horses, accompanying the goods to their destination with punctuality and rhythm. It is the allegory of a journey which shall be marked by continuous progress and the efforts of everyone involved, amidst this European Belle Epoque which Campari will ride with determination and originality of mind.*

**P. S.** *Part II of this narration will deal with the years preceding the First World War through a crescendo of Liberty style references and happy intuitions signed by Campari.*

# BITTER CAMPARI



Galleria  
CAMPARI