

Cronisti in classe 2026

QN IL GIORNO



Coca Cola e Italia: amore al primo sorso

Nel 1927 a Roma iniziò la campagna pubblicitaria per presentare la bevanda per «la gente di miglior gusto nelle grandi città dell'Europa»

Quando l'Italia l'assaggiò, fu amore a primo sorso. Fu l'8 ottobre del 1927 che sulle pagine dei quotidiani italiani si annunciò l'arrivo nei "caffè" e nelle case degli italiani della Coca-Cola, prodotta nella capitale dalla "Società Romana di Acque Gassose Minerali e Birra", società fondata a Roma nel 1908. La campagna pubblicitaria, particolarmente aggressiva, apparve su Il Tevere ed Il Messaggero, i due quotidiani che all'epoca si contendevano i lettori della Capitale.

Il mondo che la pubblicità proponeva era quello del life style del jet set internazionale: un incontro galante in un "caffè" o al galoppatoio; una lussuosa torpedo o un accogliente canapé; in compagnia al tavolo di un locale o ballando in un night, perché "fra la gente di miglior gusto nelle grandi città dell'Europa questa novità bibita è stata

NELLA CAPITALE

La vetreria San Paolo produceva anche l'iconica bottiglietta "contour"



Rielaborazione grafica della prima pubblicità Coca Cola su un quotidiano italiano (professoressa R. Milazzo)

accolta con entusiasmo". La campagna pubblicitaria uscì ogni due o tre giorni, in parallelo quasi contemporaneamente sui due giornali e si concluse a Natale: una serie di 13 soggetti differenti presentavano la bibita, raccontandone la storia con lunghi testi scritti. Coca-Cola viene presentata ai consumatori italiani come il frutto di una "scoperta benefica dello scienziato americano, il sig. J.S. Pemberton, che aveva finalmente trovato il sapore nuovo ... E la scoperta arriva ora in Italia, anche voi potete gustarla". Con il passare delle uscite, i testi si facevano anche molto diretti: "quando nei pomeriggi afosi cercate una nuova bibita, domandate una Coca-Cola ghiacciata. Fatene la prova!" oppure "E voi che ne pensate? L'avete provata? No...." La Coca Cola nel 1927 era in vendita ad 1 lira e 20 centesimi la bottiglia "contour", pari a circa 1,03 € di oggi e si vedevano "nei caffè i bicchieri distintivi della Coca-Cola sui tavolini". Ed una delle pubblicità riproduceva un uomo di colore in divisa Coca-Cola, ricordando come

"nell'America è stata creata una nuova industria che si occupa esclusivamente del trasporto della Coca-Cola": una nuova opportunità di business si presentava anche sul mercato italiano, come quello della produzione della tipica bottiglia 2 "contour" che era prodotta per il mercato italiano alle porte di Roma dalla "Vetreria di San Paolo". **In Italia, Coca Cola** registrò il proprio marchio subito dopo la Prima Guerra Mondiale, presentando la domanda il 3 marzo 1919 (domanda numero 1919C000000), che venne accolta, con il numero 18386, l'8 giugno 1921. Il successo commerciale fu enorme "nonostante il suo, finora, breve soggiorno in Italia". Così, con l'arrivo dell'estate 1928, la campagna dopo mesi di silenzio ripartì con un nuovo stile grafico più vicino ai gusti italiani e con un simpatico sfottò rivolto a tutti coloro che non avevano creduto in Coca Cola: "Si credeva che soltanto i buongustai l'avrebbero bevuta ed oggi 8 milioni di persone la comprano giornalmente ... Ecco che la nuova generazione se ne impadronisce!", i giovani erano il nuovo target.

Focus

Digitalizzare gli archivi storici dei giornali per preservare la Storia 'quotidiana' del Paese

Dagli alunni la proposta al Parlamento di una legge per proteggere un vasto patrimonio culturale

Esiste un grande patrimonio storico culturale che andrebbe conservato e preservato dalla scomparsa: gli archivi storici dei giornali. È sulle pagine di due quotidiani romani del 1927, Il Tevere ed Il Messaggero, che le mie alunne hanno potuto ricostruire l'apparizione della Coca Cola in Italia cercando la pubblicità apparsa sulle loro pagine. Un piccolo frammento di storia italiana riportata alla luce con

una certa facilità in un'aula scolastica perché i due quotidiani erano stati digitalizzati e messi a disposizione on line.

Ma quanti sono in Italia i quotidiani che permettono un accesso diretto ai loro archivi? Pochissimi in percentuale rispetto al numero di quelli che sono stati editi in formato cartaceo dal XVII secolo in avanti. E spesso

IN ITALIA

Molte testate sono scomparse perché mai 'scansionate'

hanno sistemi differenti tra loro, non permettono la ricerca testuale di una parola o consentono la sola visualizzazione.

Alcuni sono a pagamento, ma bisogna conoscere la data da cercare. Spesso sono incompleti o è complesso rintracciarli in rete.

E da questa piccola aula, con i miei studenti, vorremmo far chiedere al Parlamento di pensare ad una legge che nazionalizzi gli archivi storici dei giornali, incentivandone la digitalizzazione come patrimonio della Nazione, preservando dalla scomparsa molte testate ed anche una parte della nostra storia.

LA REDAZIONE

Istituto Comprensivo "Enrico Fermi" Scuola secondaria di 1° grado Romano di Lombardia (Bg) - Classe 3^a E Alunne: Eliza e Leyla - Docenti: Stefano Gelsomini e Rosa Milazzo

