

La pubblicità dei prodotti della fabbrica russa del triangolo

di William Velvel Moskoff – Lake Forest (USA)

Nel 1860, un intraprendente commerciante di Amburgo, Ferdinand Krauskopf, arrivò a San Pietroburgo e, con l'assistenza finanziaria e tecnica di diversi colleghi, tra cui alcuni ingegneri americani, fondò la Russian-American Rubber Manufacturing Association.

Azienda che sarebbe diventata non solo una grande azienda in Russia, ma anche un attore importante sulla scena mondiale. Questo articolo descrive alcune delle principali caratteristiche nella lunga storia di questa azienda, tracciando i contorni dei suoi primi successi, nonché il suo costante declino nella seconda metà del 20° secolo e poi la sua scomparsa all'inizio del 21° secolo.

All'inizio degli anni 1890, la fabbrica produceva principalmente galosce, o soprascarpe di gomma, come scopo originale dell'azienda, ma produceva anche una varietà di altri prodotti in gomma, come i pneumatici. L'azienda prosperò, in particolare nel periodo precedente alla rivoluzione russa del 1917. Ad esempio, dal 1900 al 1912, la sua produzione di galosce raddoppiò da 10 milioni a 20 milioni di paia, di cui circa il 25% fu esportato. In questo periodo l'azienda iniziò ad utilizzare un triangolo come logo e nel 1908, forse riconoscendo come il suo marchio fosse riconosciuto dal pubblico, cambiò il nome dell'azienda in "Triangle" ovvero triangolo.

Durante la prima guerra mondiale (1914-1918), la fabbrica modificò la propria linea di prodotti per soddisfare le esigenze del Paese durante la crisi militare: oltre a quanto prodotto in precedenza, aggiunse carcasse di pneumatici per automobili, maschere antigas e tamponi di artiglieria, un componente che aiuta ad attutire l'impatto del rinculo dei grossi cannoni che sparavano proiettili.

Dopo la rivoluzione, come la maggior parte delle altre attività private in Russia, Triangle fu nazionalizzata nel 1918 e lo stabilimento acquisì il nome incolore di State Plant of Rubber Industry No. 1 ovvero Stabilimento di Stato della Gomma N° 1, ma quattro anni dopo, nel 1922, la fabbrica ricevette ancora un altro nome.

I sovietici combinarono la precedente designazione del Triangolo con la nuova realtà politica e chiamarono l'impresa "Triangolo Rosso" (Krasny Treugolnik). Gli anni del dopoguerra degli anni '20 videro grandi cambiamenti nella fabbrica sotto il nuovo regime sovietico. Non solo fu riavviata la produzione di prodotti che erano nel suo assortimento prebellico, ma vennero adottate nuove tecnologie in diverse aree, tra cui l'aviazione, la costruzione di trattori, metallurgia, carta e stampa, e ferrovie. L'azienda produceva ancora i suoi tradizionali copriscarpe, ma aggiungeva anche stivali da lavoro e calzature sportive alla sua linea di calzature.

Fino alla fine degli anni '60, Red Triangle era il principale produttore di prodotti in gomma del paese ed è stato il primo stabilimento del paese a utilizzare gomma sintetica. Ma a partire dagli anni '70, l'azienda iniziò a declinare, e fu superata da concorrenti tecnologicamente più avanzati. Dopo il crollo dell'Unione Sovietica alla fine del 1991, l'impresa fu privatizzata, ma ciò non le permise di rilanciare l'attività e nel 2002 venne dichiarata fallita.

All'inizio del XX secolo, per un periodo di tempo relativamente breve nella sua lunga storia, "Triangle" si è impegnata nella pubblicità non solo dei suoi beni di consumo, ma anche dei suoi prodotti industriali. Non sorprende che il periodo sovietico, con la sua dipendenza dalla pianificazione centrale e la sua svalutazione della scelta del consumatore, non sia stato un periodo in cui la pubblicità aveva priorità. In effetti, i cinque sigilli pubblicitari sottostanti risalgono tutti al 1916. Dei ventinove sigilli pubblicitari elencati nel catalogo definitivo di Nedaivodin, nessuno fu emesso dopo il 1916; la maggior parte è stata emessa in quell'anno. Ma il 1916 fu l'anno che vide la pubblicità più importante.

Il primo sigillo presenta il prodotto più importante di Triangle, le galosce. Nella parte superiore del sigillo al centro c'è un simbolo che indica che la fabbrica era un fornitore di galosce alla Corte Imperiale. Su entrambi i lati di questa icona ci sono i simboli dei premi che la fabbrica vinse rispettivamente nel 1865, 1870, 1882 e 1896.



Figura 1.

Al centro del secondo sigillo (Figura 2) sullo sfondo di un albero innevato e di un cumulo di neve c'è un copriscarpa alto (botuki) con suola in gomma. Il testo in basso dice: "Stivali colorati a triangolo".



Figura 2.

La figura 3 mostra l'assortimento più ampio di prodotti prodotti da Triangle. Mentre i primi due sigilli pubblicitari erano un appello per i consumatori, la merce nella Figura 3 è un prodotto industriale. Il testo nella parte superiore del sigillo dice: "Maniche di gomma e canapa". Si tratta chiaramente di manichette, forse usate dai vigili del fuoco.



Figura 3.

La figura 4 pubblicizza anche un prodotto commerciale piuttosto che un bene di consumo. Questa è una pubblicità per spugne di gomma. Il logo del triangolo è molto prominente in questo sigillo. Le quattro righe del logo, dall'alto verso il basso, dicono: 1860 (anno di fondazione dell'azienda), le lettere T.R.A.P.M. (l'abbreviazione di "Partnership of the Russian-American Rubber Manufactory"), San Pietroburgo (la sua posizione) e il nome dell'azienda, Treugolnik (Triangolo).



Figura 4.

La figura 5 ritorna ai prodotti familiari legati alle scarpe dell'azienda. L'annuncio è per "Rubber Heels" dell'azienda, con il suo nome in basso.



Figura 5.

La cartolina in Figura 6 si discosta dai più consueti sigilli pubblicitari perché il testo è scritto quasi completamente in rumeno. La cartolina suggerisce che gli affari di Triangle erano di vasta portata. Sebbene non datata, la cartolina avrebbe dovuto essere emessa prima del 1922, quando il nome dell'azienda fu cambiato in Triangolo Rosso. Triangle era un esportatore delle sue galosce e questa cartolina cerca di attirare i consumatori rumeni perché la lingua predominante sulla carta è il rumeno. Il testo rumeno recita: "Galosce e copriscarpe alti da San Pietroburgo con il marchio del triangolo". "La migliore del mondo." Sotto la figura del cavaliere che tiene in mano una scarpa con il logo dell'azienda che abbiamo visto sopra. "Dalla società THE RUSSIAN-AMERICAN INDIA RUBBER CO." Nota che la carta usa il suo nome originale, forse per essere sicuro che i clienti stranieri che potrebbero avere familiarità con solo quel nome sappiano che questa è la stessa azienda di Triangle. In basso a destra, in inglese c'è il nome della città, San Pietroburgo.



Figura 6.

La figura 7 è una cartolina pubblicitaria stravagante senza data per l'azienda Triangle. La parte anteriore della carta mostra una giovane ragazza che mostra giocosamente i suoi stivali di gomma Triangle sotto la pioggia. Diversi pedoni camminano con il tempo inclemente dietro di lei. Il retro della scheda mostra in evidenza lo stesso logo aziendale triangolare come mostrato nella Figura 6.

L'azienda Triangle, nelle sue molteplici incarnazioni, è stata un'azienda molto importante nella storia economica russa. Per la maggior parte della pubblicità della sua lunga esistenza, sembra aver avuto scarso coinvolgimento con la pubblicità, ma la situazione è cambiata con l'inizio della prima guerra mondiale, quando ha dedicato risorse alla dei suoi prodotti, in particolare dei suoi copriscarpe in gomma che erano così popolari in Russia.

BIBLIOGRAFIA ESSENZIALE

V. S. Solomko, “Krasny Treugolnik”, Enciclopedia di San Pietroburgo,
<http://www.encspb.ru/object/2804011578?lc=en>

E.A. Ershova, Istoriya Leningradskoy Gosudarstvennoy ordena Lenina i ordena Trudovogo Krasnogo Znameni obuvnoy fabriki, Skorokhod imeni Ia. Kalinina, Leningrado, 1969;