ACQUA DI MARE E PUBBLICITÀ

Ferdinando Marinelli

I minerali contenuti nell'acqua di mare sono stati usati fin da sempre come basi per la creazione di farmaci "ricostituenti".

Nel 1908 venne brevettato col nome di Marinol un farmaco ottenuto appunto dall'acqua di mare. L'imprenditore francese Marcel Bocquet ne acquistò il brevetto e nel 1911-12 cominciò a produrlo nel suo laboratorio farmaceutico Biomarine a Dieppe, in Francia. Sempre a partire dall'acqua di mare nel 1929 iniziò anche la produzione dello Ionyl e nel 1934 del Plasmarine.

L'idea di Bocquet era quella di portare le virtù terapeutiche dell'Oceano a chi non poteva fare le cure di bagni di mare, attraverso i suoi prodotti venduti in farmacia.

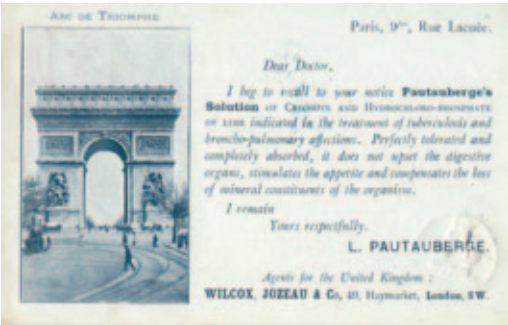
Il Marinol era composto da acqua di mare e da estratti glicerinati di *alga fucus* iodifero, e conteneva fosfato calcico, metilarsinato disodico[1]; il Plasmarine conteneva calcio organico e minerale, acido fosforico, fosfati, iodio, manganese glicerofosforico, tutti minerali presenti nel mare o estratti da alghe marine[2]. Lo Ionyl, ricostituente antiaste-

Fig. 1 – Pubblicità del Marinol, estratto dall'acqua di mare, attraverso lo strumento della cartolina postale; in questo caso dallo Swaziland, 1963.

---

(1) Dagli anni '80 è stato prodotto con lo stesso nome un farmaco, completamente diverso dall'originale, il cui principio attivo è il dronabinolo, variante sintetica stereochimica del principio attivo della cannabis delta-9-tetraidrocannabinolo (THC). È prodotto negli USA dalla Unimed Pharmaceuticals Inc. e commercializzato come Marinol, mentre in Europa come Dronabinol.

(2) Il Plasmarine è attualmente prodotto dalla Pharma Développement e contiene carbonato di calcio, glicerofosfato di calcio, glicerofosfato di manganese, acido fosforico, acqua di mare.



In alto
Fig. 2 – La testimonianza pubblicitaria degli effetti del Colchi-Sal in Giappone.

A sinistra
Fig. 3 - Pubblicità della Pautauberge's Solution destinata al mercato inglese.

nico in casi di affaticamento fisico e intellettuale, era a base di manganese, magnesio e acido fosforico.

Durante la guerra la fabbrica fu costretta a chiudere, ma dopo la Liberazione venne riaperta dalla figlia di M. Bocquet che ne continuò la produzione. Nel 1975 fu venduta alla concorrenza che continuò a produrre gli stessi preparati, cambiandone in parte le composizioni.

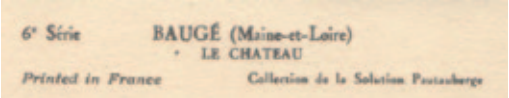
Furono proprio i laboratori Biomarine di Dieppe a creare nel 1947 una delle campagne pubblicitarie più innovative, articolate e brillanti usate per dei medicinali. C'era infatti bisogno di trovare un tipo di pubblicità per informare i medici e che contemporaneamente rendesse familiare il prodotto, che fosse simpatica e quindi ben accetta e che rimanesse impressa *(Fig. 1)*.

Si pensò al sistema pubblicitario postale, già in uso presso altre ditte farmaceutiche fin dagli ultimi anni dell'800 e inizi del '900: nel 1898 la F. Fougera & Co. di New York con il farmaco polivalente Colchi-Sal a base di cannabis[3] *(Fig. 2)*, nel 1904 la Pautauberge's Solution[4] prodotta in Francia *(Figg. 3 - 4)*; la Cérébrine Fournier[5] è stata fatta

(3) Il Colchi-Sal originale era a base di salicilato di colchicina ed estratti della cannabis, veniva usato nella cura della gotta e in caso di reumatismi.

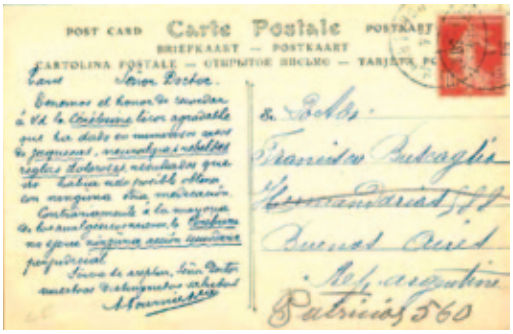
(4) Composta da cloro idrofosfato di ossido di calcio (gesso) era indicata come ricostituente e antisettico; ben tollerata dallo stomaco, veniva proposta come rimedio nelle bronchiti croniche ed era giudicata utile nel prevenire la tubercolosi.

(5) Conteneva cocaina, teina e analgesico; in caso di nevralgie ed emicranie.



A sinistra e sopra
Fig. 4 - Pubblicità della Solution Pautauberge: castello di Baugé (Maine et Loire).

In basso
Fig. 5 - La Cérébrine Fournier è stata fatta conoscere ai medici del Sudamerica inviando loro cartoline illustrate con vedute di Parigi.



conoscere ai medici del Sudamerica inviando loro nel 1913, dalla sede del laboratorio in Francia, delle cartoline illustrate con vedute di Parigi *(Fig. 5)* e durante la prima guerra mondiale con scene dal fronte *(Fig. 6)*; la francese Couturieux nel 1917 *(Fig. 7)* e poi la Hoeschst per la Novalgina[6] nel 1935, la Bayer nel 1937, ecc.

Ma ci voleva qualcosa in più. Un rappresentante della Biomarine che lavorava in Algeria propose di spedire ai medici delle cartoline postali illustrate accattivanti e affascinanti, che facessero sognare. L'addetto alla pubblicità della ditta suggerì cartoline con immagini di località esotiche, di porti e di coste per richiamare l'idea del mare; propose anche di farle spedire dai porti stessi invece che dalla sede di Dieppe, in grandi quantità, per raggiungere capillarmente tutti i medici. Il progetto partì. Per rendere la cosa quasi un gioco, nell'ottobre del 1947 i laboratori Biomarine inviarono ai medici di Francia una cartolina con la mappa del periplo attorno all'Atlantico del Marinol, tonico «per ridare agli anemici il modo di rinvigorirsi». Seguirono otto cartoline a ritmo grossomodo mensile, ciascuna con l'immagine di luoghi lussureggianti di scalo, e nella parte posteriore l'affrancatura e l'annullo postale di tali luoghi. Ogni cartolina aveva sul retro una scritta che imitava la grafia a mano nella lingua del paese a cui veniva spedita, il logo della ditta e del farmaco.

Dopo la guerra i rapporti postali tra la Francia e l'Oltremare divennero di nuovo possibili, sicuri ed efficaci. I Francesi non facevano viaggi di lungo corso, lusso raro

(6) Il principio attivo della Novalgina è la noramidopirina metansolfonato sodico (metamizolo).

Fig. 6 – La Cérébrine Fournier fu pubblicizzata anche con cartoline riguardanti scene dal fronte della prima guerra mondiale.

Fig. 7 – Pubblicità della Levurina extractiva Couturieux, depurativo intestinale indicato nelle infezioni cutanee.

prima della guerra e negli anni difficili della ricostruzione, e le immagini sulle cartoline facevano sognare e rimanevano impresse, insieme al nome dei farmaci. Fu un successo. L'iniziativa venne immediatamente segnalata dalla stampa.

La campagna pubblicitaria si ripetè ogni anno, il gioco continuò mettendo in scena nel testo la "famiglia Biomarine" dove Marinol è il padre, Plasmarine la figlia, Ionyl il figlio, come ad esempio in una delle scritte su una delle cartoline: «Docteur, je pars, avec ma fille Plasmarine et mon fils Ionyl, pour un périple atlantique. Mon but: Donner aux êtres déficients ou anémiés les moyens de se revigorer. À chaque escale, je vous enverrai quelques notes de voyage sur une carte dont le timbre complètera votre collection. Daignez réserver bon accueil à ces témoignages de l'attachement de votre tout dévoué. Marinol» e simili *(Figg. 8 - 9)*.

Dal 1947 al 1966 vennero "inventate" una serie di crociere:

Il periplo Atlantico di Marinol (1947-48), Il giro del mondo di Ionyl (1948-49), Andorra (1949), spedizione unica, Crociera nera di Ionyl (1949-50), Crociera mediterranea di Ionyl (1950-51), Crociera atlantica di Plasmarine (1950-51), Costa africana di Plasmarine e Ionyl (1952-53) *(Fig. 10)*, Ionyl e Plasmarine sulle tracce di Marco Polo (1953-54),

Fig. 8 – Mappa della spedizione Ionyl e Plasmarine sulle tracce dei Vichinghi (1957-58).

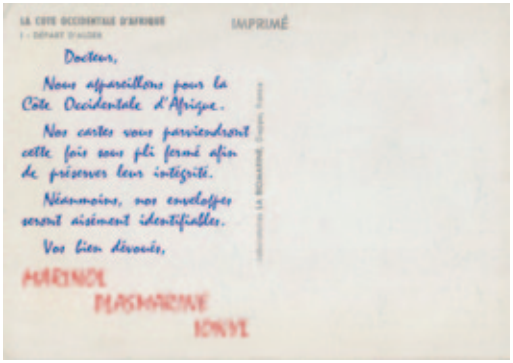


Fig. 9 – Mappa della crociera sulla costa occidentale dell'Africa di Marinol, Plasmarine e Ionyl (1960-61).

Ionyl e Plasmarine sulle orme di Bougainville (1954-55), Ionyl e Plasmarine sulle orme di Cristoforo Colombo (1955-56) *(Fig. 11)*, Ionyl e Plasmarine sulle tracce di Livingstone (1956-57), Ionyl e Plasmarine sulle tracce dei Vichinghi (1957-58), Plasmarine e Ionyl dal Polo Nord al Polo Sud (1958-59), Marinol, Plasmarine e Ionyl nel Mediterraneo (1959-60) *(Fig. 12)*, La costa occidentale dell'Africa per Marinol, Plasmarine e Ionyl (1960-61), Marinol, Plasmarine e Ionyl in viaggio verso l'Oriente (1961-62), Marinol, Plasmarine e Ionyl in America (1962-63), Marinol, Plasmarine e Ionyl in Africa Australe (1963-64), Marinol, Plasmarine e Ionyl in Estremo Oriente (1964-65), Ionyl alle Piccole Antille (1965-66).

Il periplo Atlantico di Marinol (1947-48), ad esempio, comprende gli scali e le relative immagini su cartoline di Dieppe, Togo, Camerun, Africa Equatoriale Francese, Guyana, Martinica, Guadalupa, Saint Pierre et Michelon.

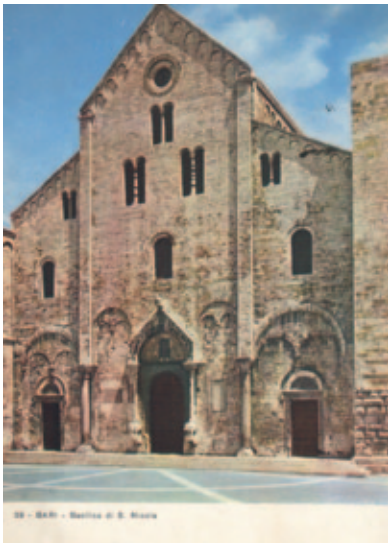
Fig. 10 – Pubblicità Plasmarine, Tangeri 1953, bianco e nero.

Fig. 11 – Pubblicità Ionyl, 1955, bianco e nero.

Fig. 12 – Pubblicità Ionyl, Crociera nel Mediterraneo 1960, a colori.

Le cartoline vennero ordinate dalla Biomarine alle più importanti tipografie specializzate. Le immagini furono acquistate presso le Agenzie per la Francia d'Oltremare, biblioteche, musei. Le immagini erano in bianco e nero fino al 1955, ma da quella data in poi, ad iniziare con la crociera Ionyl e Plasmarine sulle orme di Cristoforo Colombo, diventarono a colori.

Su ognuna vennero incollati l'etichetta stampata meccanicamente con l'indirizzo del medico e il francobollo della località da dove sarebbe partita la spedizione.



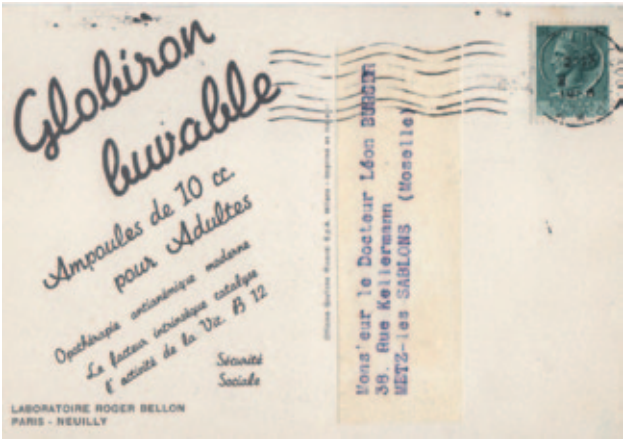


Fig. 13 – Pubblicità dell'opoterapico della Roger Bellon.

Fig. 14 – Pubblicità Roger Bellon.

I francobolli delle colonie francesi vennero acquistati a Parigi presso l'Agenzia delle Poste Coloniali, quelli dei paesi del Commonwealth presso il Crown Agent di Londra, ecc. I pacchi di cartoline affrancate furono spediti via terra, o via mare, agli uffici coloniali francesi delle varie località oltremare, come ad esempio all'Alto Commissariato del Pacifico, o ad altre organizzazioni non francesi, che provvidero a loro volta ad organizzare la spedizione dai vari luoghi stranieri ed esotici agli indirizzi dei medici.

Dal 1947 al 1966 vennero spedite da 6 a 16 cartoline ogni anno a circa 30.000 medici di Francia, del Nord Africa e dei paesi europei francofoni: Svizzera, Belgio, Lussemburgo. La prima cartolina di ogni crociera riportava la mappa con l'itinerario e gli scali in modo da incuriosire chi la riceveva. Seguirono poi quelle con le vedute, le affrancature e gli annulli degli scali. Le scritte sul retro imitanti la scrittura a mano riportano testi diversi, ovviamente sempre relativi ai prodotti farmaceutici della Biomarine. La prima cartolina con la mappa dell'itinerario venne spedita da Dieppe affrancata con francobolli francesi pre-annullati.

Fig. 15 – Pubblicità del Panvitrop dell'Istituto Biochimico Italiano.

Fig. 16 – Pubblicità del Soneryl Poulenc (sonnifero barbiturico) per il mercato canadese.

Il successo del sistema pubblicitario era tale che dagli anni '50 fu copiato da altre ditte farmaceutiche come Amora, Philips, Maggi, Nestlè, Burroughs Wellcome, Roger Bellon *(Figg. 13-14)*, Istituto Biochimico Italiano *(Fig. 15)*, Poulenc *(Fig. 16)*, Prophin *(Fig. 17)*, Formenti, tanto che Biomarine creò un'agenzia pubblicitaria specializzata, la Publimer, a cui queste ditte si rivolgevano per l'organizzazione delle loro campagne. Furono clienti anche gli Abbott Laboratories produttori del Pentothal[7].

Cominciò tra i filatelici, medici e non, la raccolta delle cartoline della Biomarine, la

[7] Il principio attivo del *Pentothal* è il Tiopentale Sodico (o (RS)-5-etil-5-(2-metilpentil)-4,6-diosso-1,4,5,6-tetraidropirimidina-2-tiolato di sodio).

Fig. 17 – Pubblicità dei Laboratori Prophin di Milano.

cui collezione completa è di 200 cartoline postali normali e 60 cartoline "maximum" (in cui l'immagine della cartolina è uguale a quella della vignetta del francobollo). Tanto che la nota casa editrice del catalogo mondiale di francobolli Yvert & Tellier ha pubblicato un catalogo speciale per la raccolta di queste cartoline farmaceutico-pubblicitarie.

Nel 1954 gli Abbott Laboratories di Chicago si accodarono alla Biomarine usando lo stesso programma pubblicitario, che perseguirono fino al 1968 inviando in tutto 170 cartoline diverse da 120 diverse nazioni. Furono scelte anche sconosciute piccole isole della Scozia e basi Antartiche da cui farle spedire, l'importante era la sorpresa che avrebbero creato nei medici o paramedici destinatari. La cartolina che raffigurava il transatlantico Queen Mary venne spedita dalla nave stessa in navigazione, per render la cosa ancora più affascinante.

Di ogni cartolina venivano inviate dalle 220.000 alle 280.000 copie ai medici statunitensi, ma anche a quelli di molte altre nazioni del mondo. Anche qui gli scritti sul retro erano stampati in grafia che sembrava fatta a mano oppure imitando i caratteri della macchina da scrivere. Nel testo c'erano brevi riferimenti e descrizioni delle cose più strane del paese di provenienza, in modo da attirare l'attenzione, per aggiungere poi che anche in quel luogo il Pentothal, il farmaco che si voleva far conoscere e pubblicizzare, era conosciuto ed usato *(Figg. 18 - 19)*.

Le cartoline di questo tipo hanno cominciato ad essere collezionate quasi subito, non solo dai medici. Sono conosciute nel mondo dei filatelisti come quelle "Dear Doctor" e le più rare raggiungono prezzi elevati.

Ferdinando Marinelli
Accademia Italiana di Storia della Farmacia
marinelli.ferdinando@gmail.com

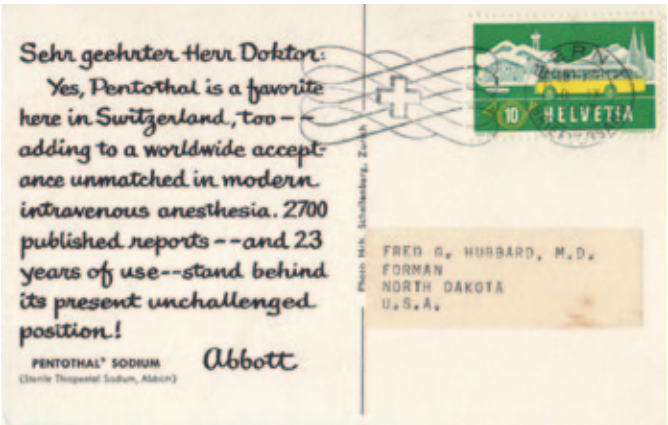


Fig. 18 – Pubblicità Pentothal Abbot.

Fig. 19 – Pubblicità Pentothal Abbot.

SEA WATER AND ADVERTISEMENT

ABSTRACT

One of the best forms of advertising to make medicines known to doctors was to send regular illustrated postcards from various places in the world. The most complex and complete one was that of the Biomarine laboratories.

It was so successful that Biomarine decided to open a specialized advertising agency, the Publimer, to which other Pharmacological companies turned to the organization of similar campaigns.

All this kind of illustrated postcards, called “Dear Doctor” has been, and still is, collected by many amateurs.