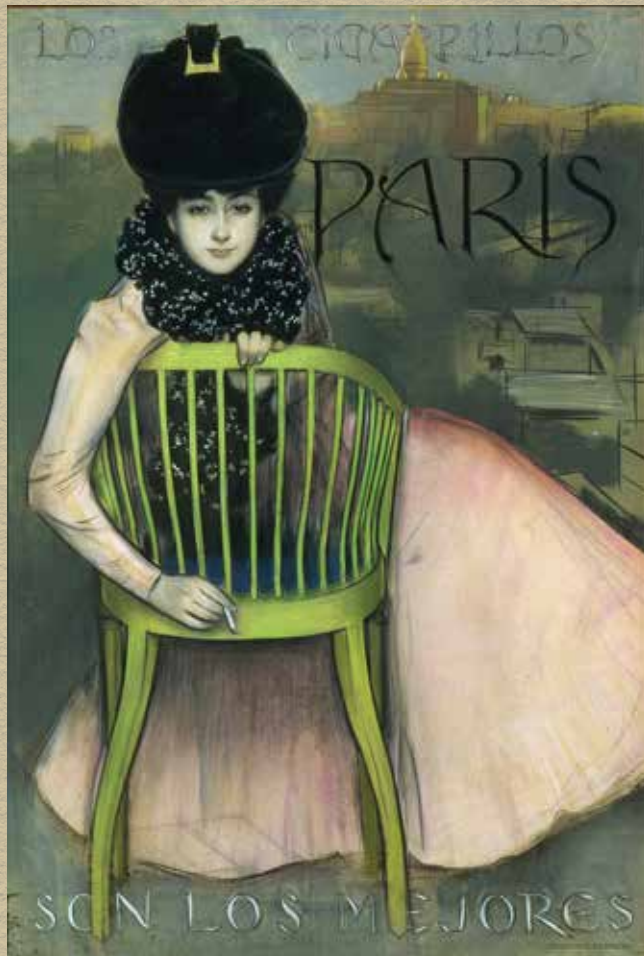


zarse, sí se llevaron a cabo exposiciones en Barcelona -en la emblemática Sala Parés- y, posteriormente, en Olot.

Entre el enorme elenco de creadores ligados a estas dos iniciativas, sobresalieron nombres como los de Ramón Casas, Alphonse Mucha, Xavier Gosé o Laureà Barrau, lo que convierte a ambas experiencias en un perfecto ejemplo de conexión entre el mundo empresarial, el mecenazgo, la publicidad y la creación artística.



Los concursos de carteles para CIGARRILLOS PARÍS



Horario:

De martes a viernes:

de 10:00 a 14:00 y de 16:00 a 19:00 horas.

Sábados:

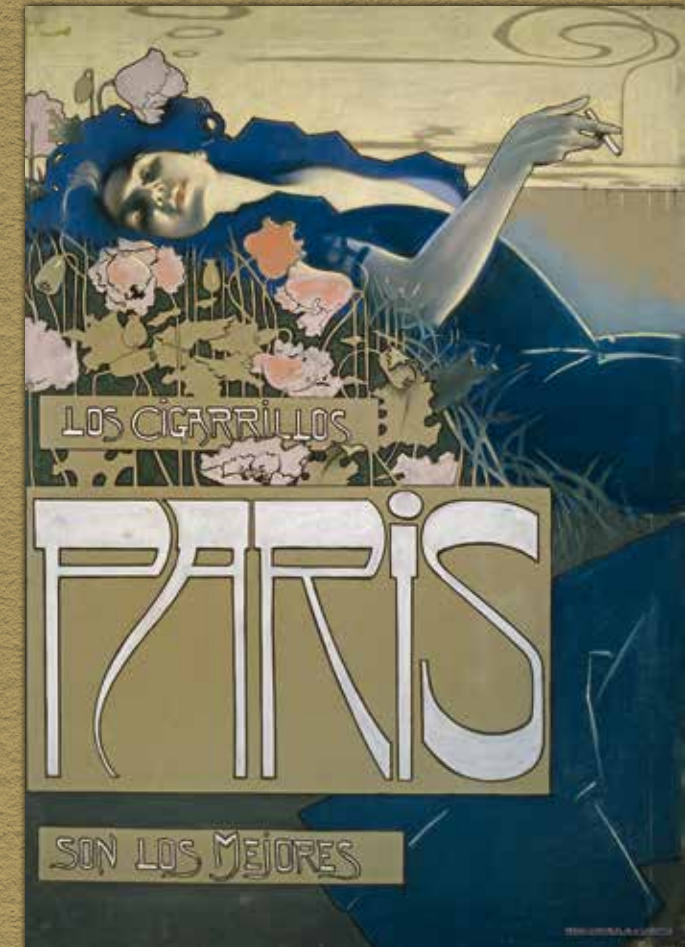
de 10:00 a 14:00 y de 16:00 a 20:00 horas.

Domingos:

de 10:00 a 14:00 horas

Lunes cerrado

Los concursos de carteles para CIGARRILLOS PARÍS



Torreón de Lozoya - Salas del Palacio

Del 19 de septiembre al 9 de noviembre de 2025

Los concursos de carteles para CIGARRILLOS PARÍS

El Museu de La Garrotxa de Olot (Girona) tiene la enorme fortuna de atesorar entre sus fondos un valioso conjunto de carteles que corresponde a una notable experiencia de publicidad empresarial: los dos concursos convocados para la promoción de Cigarrillos París por el propietario de esta firma, el industrial catalán Manuel Malagrida Fontanet, afincado en Argentina.



Empresario de éxito, hecho a sí mismo, y con una extraordinaria visión de futuro, Malagrida confió en la publicidad como estrategia clave para competir en el mercado tabaquero. Para ello utilizó medios publicitarios convencionales para la época, tales como sorteos de vestidos, bicicletas o dinero, así como colecciones de cromos que reproducían paisajes y actrices de cabaré parisinas. Pero también se distinguió por la implementación de métodos publicitarios originales y llamativos, como el denominado "carruaje bombo" -un enorme tambor montado sobre un carruaje cuyo sonido se podía escuchar a quinientos metros de distancia- o el "carruaje cañón" -que lanzaba prospectos a más de cien metros y era transportado por cuatro hombres vestidos con uniformes de soldados-. Entre estas imaginativas implementaciones publicitarias han de contarse los dos concursos objeto de esta exposición.

Hasta la convocatoria del primero de estos concursos en 1900, nunca se había celebrado en Argentina un certamen semejante. Aunque restringido al ámbito del país, se presentaron a esta primera convocatoria un total de 118 carteles. El éxito fue tal, que Malagrida duplicó la cuantía de los premios y el número de galardones, realizando incluso una exposición en Buenos Aires con los trabajos presentados.

A finales de ese mismo año se convocó el segundo de estos concursos, esta vez con carácter internacional. En él se contemplaban ocho premios y siete accésits, con una dotación total de 22.000 francos. A él se presentaron 555 carteles, de los cuales 155 fueron enviados desde Argentina y 400 desde otros países. Al igual que en la edición anterior, se amplió la dotación de premios con la incorpo-



ración de dieciséis accésits adicionales, valorados en 3.200 francos. Nuevamente, una exposición en Buenos Aires dio cuenta del clamoroso éxito de la iniciativa.

Al año siguiente, Manuel Malagrida regresó a Barcelona con la intención de emprender una gira por Europa para mostrar los 31 carteles premiados. Su propósito era exponerlos en Barcelona, Madrid, París y Milán, como estrategia para dar a conocer su marca de tabaco. Aunque la gira no llegó a reali-