

# АНТИКВАРНЫЙ ЦЕНТР

г. Екатеринбург

17 февраля 2018 г.

ОИ/006614



## Экспертное заключение **Жестяная коробочка: «ВДНХ».**

*Время изготовления: 1966 г.*

*Место изготовления: СССР.*

*Материалы и техника изготовления:*

*жесть, печать*

*Размеры: 8,8×8,8×3,4 см.*

*Владелец: частное собрание.*

На экспертизу представлена квадратная, с закругленными углами, жестяная коробочка. На крышке коробочки изображен павильон Выставки Достижений Народного Хозяйства на голубом фоне.

Под ним надпись «ВДНХ», в левом верхнем углу надпись «Зубной порошок»

На предмете имеются надписи: ЦХТ, г. Калуга, I-64 г. / ф-ка Свобода г. Москва.

Возможно, что эта продукция реализовывалась через Центр Художественного творчества в г. Калуга.

В подобные коробочки расфасовывался зубной порошок, выпускающийся фабрикой «Свобода» г. Москва.

Косметическое объединение «Свобода» возникло на базе первой в России парфюмерной фабрики Товарищества «А. Ралле и Ко», которая была основана в 1843 году в Москве. В 1843 году российский предприниматель французского происхождения Альфонс Антонович Ралле основал в Москве парфюмерно-косметическое производство – первое в России! Всё необходимое для этого он привёз из Франции: самое современное оборудование, опытных парфюмеров и дорогое сырье. Спустя полвека небольшая фабрика с одной-единственной паровой машиной выросла в крупнейшее российское производство.

Сегодня «СВОБОДА» - это современное мощное российское косметическое производство. На предприятии работает свыше 800 человек. Ассортимент выпускаемой продукции насчитывает более 300 наименований разнообразных по свойствам и назначению изделий - это туалетное мыло, средства по уходу за кожей лица и тела, за волосами и кожей головы, за полостью рта, детская косметика и косметические изделия специального назначения.

Жестяная упаковка всех видов и форм едва ли не с самого момента своего появления превратилась в востребованную и доступную площадку для массовой рекламы – в том числе и социально-политической. Яркая обертка с броским названием гораздо сильнее привлекает покупателя нежели простая бумага. Рекламно-агитационная мощь упаковки была просто невероятной. Причем каждая маленькая агитка попадала точно в цель – в руки покупателя.

Но в СССР объемы выпуска такой упаковки были в разы меньше, чем в царский период — после революции этот упаковочный формат чаще заменяла более простая и дешевая в производстве картонная коробка. В коллекциях такие экспонаты встречаются довольно редко.

Еще реже встречаются пропагандистские обертки, выпуск которых был приурочен к каким-то конкретным индустриальным достижениям Советского Союза.

*Состояние использованных материалов не противоречит указанной датировке.*

**Коробочка является предметом антиквариата и обладает коллекционной ценностью.**

Эксперт

Бызов О.И.

