

Butelka z resztką perfum, MHW 29100

Butelka z resztką perfum firmy Puls, najpopularniejszej bodajże firmie kosmetycznej w przedwojennej Polsce, to jeden z wielu kosmetyków zaprezentowanych w naszym Gabinecie. Kosmetyki, z racji ówczesnej mody i nowej roli kobiet po I wojnie światowej, stały się ważnym elementem w życiu warszawianek. W latach 20. XX wieku, za sprawą rozwoju przemysłu chemicznego oraz wzrostu świadomości na temat higieny ciała, rozpoczął się prawdziwy rozkwit polskiej kosmetyki, której początki sięgają już XIX wieku. Kosmetyki stały się towarem ogólnodostępnym, wytwarzano je w aptekach, gabinetach kosmetycznych, małych manufakturach i wyspecjalizowanych fabrykach. Rozpoczęła się więc produkcja na skalę przemysłową. Wielkość firm była zresztą bardzo zróżnicowana – oprócz olbrzymich fabryk, produkujących setki specyfików, były też małe laboratoria, specjalizujące się w kilku zaledwie produktach. Poza asortymentem krajowym, na rynku dostępne były również produkty najlepszych światowych marek. Firmy zagraniczne, np. l'Oreal, Colgate czy Palmolive, otwierały w Polsce swoje oddziały. W Warszawie najważniejszymi firmami tej dziedziny przemysłu były wspomniane już Fryderyk Puls S.A. (produkujący m.in. kremy Uroda), Zakłady Chemiczne Ludwik Spiess i syn S.A. oraz laboratorium Perfection, przy czym w firmie Spiess kosmetyki były jedynie dodatkiem do produkcji leków.

Firma Fryderyk Puls powstała w 1832 r. i wywodziła się z przemysłu mydlarskiego. Po I wojnie światowej gwałtownie rozszerzyła swój asortyment, który w 1933 r. liczył już 831 pozycji + mydła i proszki. Na wystawie mogą zobaczyć Państwo między innymi opakowania po mydełkach Puls i pudrze.

Warto zwrócić też uwagę na kosmetyki firmy Antiba, która początkowo funkcjonowała jako dział Spiessa, od którego oddzieliła się w 1929 roku, aby już po kilku latach móc poszczycić się szeroką ofertą kremów, pudrów oraz innych wyrobów perfumeryjnych.

Zainteresowanie kosmetykami znalazło swój wyraz w przedwojennej reklamie. I tak firma Puls stosowała raczej krótkie hasła np. „Racjonalnie pielęgnuje cerę, kto stale stosuje krem Uroda” albo „PULSA kosmetyka na słońce i plażę”. Natomiast puder Tokalon reklamowano za pomocą artykułów, opisujących właściwości specyfiku. Okraszano je chwytliwymi tytułami, pisanymi dużą czcionką, np. „Ona nigdy nie będzie starą panną” albo „Zbudź się młodsza jutro rano”. Z kolei firma produkująca puder Antiba, pod rysunkiem przedstawiającym atrakcyjną kobiecą twarz, umieszczała rozmaite sentencje, typu: „Po co chować za kartami tak śliczną twarzyczkę? Używając pudru Antiba wygląda Pani uroczo nawet przy bridżu trwającym do rana” i temu podobne. Jak widać, konkurencja niejako wymuszała różnorodność w reklamie.