PUBLICITATEA ÎN CHIŞINĂUL INTERBELIC DREPT ELEMENT AL VIEŢII COTIDIENE

Lidia PRISAC
Doctor în istorie,
cercetător ştiinţific coordonator,
Universitatea de Stat din Moldova
ID ORCID: 0000-0002-3406-3670

CZU: 94:659.1(478-25)"1918/1939"
DOI: https://doi.org/10.59295/lrr2023.26

Summary:
Advertising in interwar Chişinău right element of the everyday life
A reflection in the mirror of the everyday life and daily needs of the inhabitants of interwar Chişinău were the advertisements placed in the press of the time. Thanks to them we can know the preferences and needs, trends, tastes and values of the townspeople. In general, the interwar period marked the shaping of poster trends, supported by the artists of the time. Although there were advertising graphics workshops in Chişinău as well, it was still felt that the locomotive of the artistic, architectural and commercial register that directly influenced the rhetoric of advertisements came from Bucharest. The one who understood that "advertising is the soul of commerce" and opened in Chişinău the First Theatrical, Commercial, Industrial Advertising and Display Bureau was Ş. Shapocinic. Registered in 1908 and located on Sinadino Street, the office received "all kinds of advertisements as well as announcements for all Romanian (and) Russian newspapers".

Keywords: *advertising, everyday life, townspeople, Chişinău, Bessarabia, Romania, interwar period.*

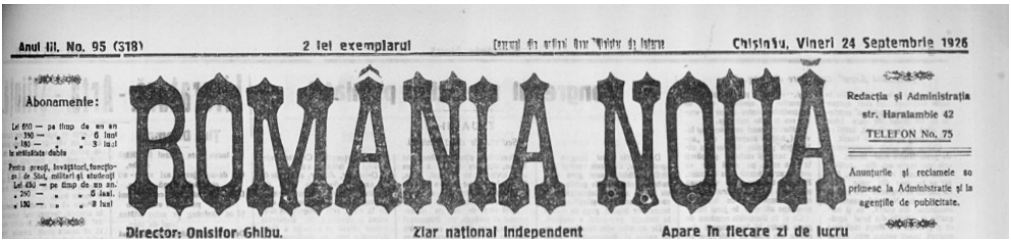
Publicitatea în presă şi radio

O reflecţie în oglindă a vieţii cotidiene şi a necesităţilor zilnice ale locuitorilor din Chişinăul interbelic sunt reclamele plasate în presa timpului. Datorită acestora putem cunoaşte preferinţele şi necesităţile, tendinţele, gusturile dar şi valorile orăşenilor.

În general, perioada interbelică a marcat conturarea tendinţelor de afiş, susţinută de artiştii vremii. Specialiştii în arta grafică pledau pentru păstrarea afişului la un nivel realist, rezumativ, clar şi citeţ, ulterior a început să fie abordată ideea mesajului cu o anumită compoziţie pentru a influenţa percepţia oamenilor asupra ofertelor. Deşi existau ateliere de grafică publicitară şi

la Chişinău, se resimţea totuşi, că locomotiva registrului artistic, arhitectural şi comercial care influenţa direct retorica reclamelor venea de la Bucureşti[1].

Cel care a înţeles că „reclama este sufletul comerţului" şi a deschis la Chişinău Primul Birou de Reclame Teatrale, Comerciale, Industriale şi afişaj din Chişinău, a fost Ş. Şapocinic. Firma a fost înregistrată în 1908 la Tribunalul din Chişinău şi se afla pe str. Sinadino, ulterior str. Regina Maria, nr. 45[2]. Biroul de reclame şi agenţia de publicitate a lui Ş. Şapocinic primea „orice fel de reclame pentru: Bălţi, Cetatea-Albă, Cahul, Chişinău, Hotin, Ismail, Orhei, Soroca şi Tighina cât şi anunţuri pentru toate ziarele româneşti, ruseşti"[3]. Lui Ş. Şapocinic îi datorăm apariţia bilingvă a „Anuarului Oraşului Chişinău şi al judeţelor din Basarabia şi cu Calendarul pe anul 1924", care indică toate firmele şi afacerile posibile din Chişinău existente în perioada interbelică.


Anul III. No. 95 (318) 2 lei exemplarul Chişinău, Vineri 24 Septembrie 1926

Abonamente:

ROMÂNIA NOUA

Redacţia şi Administraţia str. Haralambie 42 TELEFON No. 75

Anunţurile şi reclamele se primesc la Administraţie şi la agenţiile de publicitate.

Director: Onisifor Ghibu. Ziar national independent Apare în fiecare zi de lucru

O altă Agenţie de publicitate şi informaţii din Basarabia care se pretindea a fi prima se numea „Arpid" şi se afla pe str. Regina Maria, nr. 61. Reclama putea fi dictată şi la numărul de telefon – 2030. Agenţia primea reclame pentru toate ziarele din capitală, provincie şi Chişinău, făcând „concesiune exclusivă pentru orice fel de reclame în tramvaiele din Chişinău"[4]. Alte câteva agenţii erau: Filiala Companiei internaţionale germane de Reclamă „Inreco", aflată pe str. Piaţa Veche, nr. 10[5]; Fon-Luci & Co., pe str. Puşkin, nr. 27; Calinovschii, aflată în Casa Barbalat; Galant M., pe str. Ştefan cel Mare, nr. 31; Păun V.D., pe str. Kiev, nr. 65, şi Zeigher[6].

---

[1] A se vedea: Florian Ciobanu. *Reclama şi brandurile româneşti în interbelic şi în cel de-al Doilea Război Mondial, anii 1919 – 1947*. Muzeul Publicităţii (https://www.muzeulpublicitatii.ro/reclama-romaneasca-in-interbelic) (accesat: 13.12.2022).

[2] *Tabloul cu denumirea străzilor din cuprinsul municipiului Chişinău aprobat de Primărie pentru anul 1937*. Chişinău: 1937, pp. 1, 3.

[3] *Anuarul Oraşului Chişinău şi al judeţelor din Basarabia şi cu Calendarul pe anul 1924 = Адресно–Справочная книга „Весь Кишинев" с уездами Бессарабии и Календарь на 1924 год*. Chişinău: Editura „Ş. Şapoşnik", 1924, p. 173.

[4] *Anuarul Chişinăului pe anul 1940*. Alcăt.: Al. Terziman şi I. Kalughin. Chişinău: Editura „Arpid", 1940, p. 91.

[5] „Inreco" International Reclame Companie. Victor hauser & Co.A.G. În: *Anuarul Oraşului Chişinău*.., p. 91.

[6] Agenţii de publicitate. În: *Ibidem*, p. 31.

În campania de lucru 1935–1936, Primăria Chişinău a alocat suma de 9 501 lei pentru organizarea unei expoziţii pe str. Alexandru cel Bun, colţ cu str. Tighinei dedicată reclamei[7].

Potrivit titrărilor interbelice, „cea mai folositoare reclamă pentru basarabeni" era cea făcută prin intermediul ziarului *România Nouă*.

În materie de publicitate, ziarele Chişinăului ofereau o gamă variată de reclame comerciale, fiind promovate nu doar diverse mărfuri, ci şi diferite servicii locale. Fiecare număr abunda în reclame: unele de mici dimensiuni, alcătuite aproape exclusiv dintr-un corp textual, altele ocupând un sfert, o jumătate de pagină sau chiar o pagină întreagă, conţinând informaţii-cheie după care cititorii puteau identifica nu doar marca prezentată, dar şi produsul sau serviciul oferit. Ulterior, odată cu transmisiile radiofonice, îşi fac apariţia şi reclamele sonore, un gen de combinaţie între creaţii muzicale, efecte audio şi dialoguri.

În anul 1924, în România apar primele filiale ale agenţiilor internaţionale gen J.W. Thompson (New York), Rudolf Mosse (Berlin) specializate mai ales pe afişaj public (murale) sau Siegfried Wagner, specializată în promovarea staţiunilor balneare şi climaterice din ţară şi străinătate. Unele din ele se extind în toată ţara, cum ar fi Rudolf Mosse care îşi deschide sucursale inclusiv la Chişinău[8].

Per ansamblu, perioada interbelică a însemnat apariţia pe piaţa locală, în special, a brandurilor străine, cei care făceau prezenţa diferitor produse în capitala Basarabiei şi nu doar erau simpli distribuitori. De remarcat faptul că şi reclamele, de-a lungul perioadei interbelice, au suportat modificări. Dacă analizăm presa timpului de la Chişinău la debutul perioadei interbelice, în anii 1920 şi în anii 1930, la sigur vom găsi mari diferenţe, fapt aflat în legătură directă cu schimbările de ordin politic, economic, dar şi cultural. Spre exemplu, ceea ce se reclama în 1918, nu mai era valabil la sfârşitul anilor 1920 şi, respectiv, la sfârşitul anilor 1930.

În structura textelor se punea accentul (prin mărirea sau evidenţierea vizuală a caracterelor grafice) pe numele întreprinderii, sau de cele mai dese ori, a întreprinzătorului şi datele de contact. Peste tot, practic, apare indicat numele proprietarului întreprinderii sau afacerii, iar magazinele, în majoritate, purtau numele fondatorului sau a distribuitorului de mărfuri. O parte din reclame aveau câte 3-4 tipuri de fonturi, pentru a menţine atenţia cititorului informaţia necesară – numele, tipul de produs şi locaţia.

Pentru presa din Chişinău, în materie de publicitate, atunci când se indica adresa restaurantului, magazinului, întreprinderii, anumitor birouri etc.,

[7] *Activitatea edilitară a Consiliului municipal din Chişinău. Campaniile 1934–1935–1936 sub primariatul d-lui I.T. Costin*. Chişinău:1937, p. 112.

[8] Florian Ciobanu. *Op. cit.*

este caracteristic dublarea denumirii străzilor, în forma nouă şi veche (adică românească şi a denumirii străzilor aşa cum erau cunoscute de populaţie în perioada anterioară, ţaristă).

Produse şi servicii

Călătoria imaginară prin intermediul publicităţii din ziare şi reviste ne vorbeşte despre o gamă extrem de variată de produse şi servicii în Chişinău – de la ciorapi, lenjerie, tricotaje şi alte finețuri, până la pălării, mănuşi, galoşi, şoşoni, dar şi apă minerală, băuturi alcoolice de tot felul, teracotă şi sobe, precum şi diverse produse de uz casnic, fiind vorba despre „reclamele electrice", întrucât îşi fac apariţia „noile" invenţii tehnice, care „transformă completamente munca domestică"[9].

Dacă unele produse promovate pe piaţa locală beneficiau de reclame „cuminţi", altele, de-a dreptul, aveau parte de reclame îndrăzneţe. În majoritatea textelor persistau sintagme care treceau ca un fir roşu în intenţia de momire a clienţilor – „preţuri moderate"; „preţuri mai ieftine ca oriunde"; „se acordă reduceri"; „sunt ieftini şi calitativi"; „ultimele noutăţi" etc.

Perioada interbelică a însemnat scoaterea în evidenţă a produselor şi serviciilor renumite mai ales în zona de centru a Chişinăului.

Publicitatea anumitor servicii sau bunuri era permanentă sau sporadică. Spre exemplu medicii îşi permiteau să-şi promoveze afacerea plasând publicitate practic în fiecare număr de ziar, *România Nouă*, bunăoară, fiind un ziar naţional independent care apărea în fiecare zi de lucru.

De remarcat faptul că pentru serviciile medicale erau indicate pe lângă adresă şi orele de primire, şi diferenţierea de gen, adică pentru femei şi bărbaţi separat. Orele de primire erau indicate şi în publicitatea avocaţilor sau a birourilor notariale.

Alimente, băuturi şi tutun

După 1918, în Chişinău, îşi reiau sau îşi încep activitatea un şir de întreprinderi ale industriei alimentare. Diverse fabrici (de pâine, de mezeluri, de cvas şi limonadă, de bomboane etc.), magazine, cofetării (în total 13[10]), cafenele, restaurante puneau la dispoziţia locuitorilor oraşului, prin intermediul publicităţii, un şir de alimente preparate sau în formă naturală, neprelucrată.

Aperitive reci şi calde puteau fi găsite la Cafeneaua-bomboneriе „Zamfirecu", pe str. Alexandru cel Bun, nr. 73, şi chiar comandate la telefon, la numărul – 1822[11].

---

[9] A se vedea: Christina Hardyment. *From mangle to microwave. The Mechanization of Household Work*. Cambridge: Polity Press, 1988, 220 p.

[10] Cofetării. În: *Anuarul Oraşului Chişinău*.., p. 85.

[11] *Anuarul Chişinăului pe anul 1940*.., p. 22.

Cel mai modern şi mai elegant local, Restaurantul „Trianon", aflat la câteva sute de metri de „Zamfirescu", pe str. Alexandru cel Bun, nr. 96[12], venea şi el cu oferte palpitante.

Un alt aviz al timpului îndemna populaţia oraşului să consume zilnic „pâine numai de la Fabrica Vasilato care a obţinut diplomă cu medalie de aur la expoziţia din 1925, mulţumită produselor ei de calitate superioară, ieftine, igienice şi cântărite la predare"[13].

Fondată în anul 1988, Fabrica de Mezeluri „G. Grabois şi Fii" îndemna chişinăuienii să ceară pretutindeni produsele fabricii[14].

Lactatele, potrivit avizelor publicitare puteau fi găsite nu doar la piaţă, dar şi la diferite lăptării, cum era cea din str. Inzov, nr. 14 – „Încercaţi renumitele produse: unt, smântână, iogurt de la Lăptăria Aurora. Se găseşte şi la chioşcul din str. Puşkin, colţ cu bd. Alexandru, servim şi la domiciliu cu preţuri moderate"[15]. De „exportul de brânzeturi şi ouă" se ocupau Fraţii Rivilis, a căror afacere era localizată în Piaţa Nouă, nr. 26-27[16].

Bomboanele şi ciocolatele erau bogat asortate şi se găseau în cantităţi destul de mari. Spre exemplu, magazinul de ciocolată şi bomboane M. Perlov, din Piaţa Nouă 130 (vis-a-vis de Cărnăţăria „Grabois") deţinea produse proprii dar şi diferite produse ale renumitelor fabrici: „Suchard", „Hess", „Candia" şi „Regina Maria", care erau vândute *in detail*, cu preţuri de *en gros*[17].

Fructele exotice, părând a fi deficitare pe piaţa Chişinăului interbelic, erau promovate şi ele prin următorul aviz: „Prăvălia de fructe de lux şi bomboneria orientală Carl Rienhold, aflată pe str. Alexandru cel Bun, vis-à-vis de monumentul Ştefan cel Mare, propune diferite fructe şi bomboane din localitate şi străinătate. Au fost primite portocale şi mandarine din Iafa şi Mesina. Curmale, rodii, malaga şi dulceţuri din fructe. Se primesc comenzi pentru coşuri cu fructe de felicitare, pregătite de un specialist"[18].

Mierea, un alt produs necesar în alimentaţie, dar mai rar aflat în publicitate, era promovat în felul următor: „Miere de stup, culeasă de pe flori de tei, cca 2 000 kg, se vinde cu 30 lei kg. Amatorii se pot adresa la administraţia ziarului"[19].

Cu referire la promovarea diferitor lichide mai puţin caracteristice spaţiului pruto-nistrean, avem următoarea publicate: „Cine doreşte să bea ceai

[12] *Ibidem*.
[13] Fabrica Vasilato. În: *România Nouă (Chişinău),* an. IV, nr. 35, 17 februarie 1927, p. 4.
[14] *Anuarul Chişinăului pe anul 1940*.., p. 88.
[15] Lăptăria Aurora. În: *România Nouă (Chişinău)*, an. II, nr. 136, 5 august 1918, p. 2.
[16] *Anuarul Chişinăului pe anul 1940*.., p. 72.
[17] *Ibidem*, p. 53.
[18] Prăvălia de fructe de lux şi bombonăria orientală Carl Rienhold. În: *România Nouă (Chişinău),* an. IV, nr. 17, 24 ianuarie 1927, p. 4.
[19] Miere. În: *România Nouă (Chişinău),* an. III, nr. 70, 25 august 1926, p. 4.

natural aromatic, ceai chinezesc (nefalsificat, care se află în prezent pe piaţă) n-are decât să viziteze magazinul «Mokka», aflat pe str. Alexandru cel Bun, nr. 100. Tot acolo se află şi un asortiment bogat de cafea şi cacao de toate felurile existente ale celor mai bune fabrici din străinătate. Vânzare *en gros* şi *en detail*. Angrosiştilor li se acordă reduceri”[20].

Fabrica de cvas şi limonadă „S. Subotin” de pe str. Ştefan cel Mare, nr. 176, era specializată în „producerea limonadei din fructe şi renumitului cvas din pâine”[21].

În ceea ce privesc băuturile alcoolice, deşi acestea erau promovate în special în grila localurilor de agrement, ne-a atras atenţia publicitatea de fabricare a băuturilor spirtoase pe piaţa locală – Alambicul „Dinescu Poenăreanu”. Aparat pentru fabricat rachiuri din fructe tescovină, drojde şi vin. Singurul aparat aprobat de Ministerul de Finanţe pentru Basarabia cu nr. 253875 din 5 octombrie 1927, putea fi găsit la biroul şi depozitul din Chişinău pe str. Ştefan cel Mare, nr. 160[22].

Producerea diferitor „specialităţi de ţigări, ţigarete şi tuburi de calitate superioară”, inclusiv „tutun în pachete”, care ajungeau la toate magazinele din Chişinău şi Basarabia, se realiza la cele câteva fabrici de tutun care erau în Chişinău[23].

Produse textile, haine şi accesorii vestimentare

În perioada interbelică cele mai promovate magazine erau cele de ţesături, îmbrăcăminte şi diverse accesorii. În materie de produse, magazinele ofereau diferite furnituri pentru croitorie, stofe, pânzeturi, mătăsuri, lenajuri şi albituri, precum şi diferite articole de vestimentaţie (din stofă sau blănuri), inclusiv diverse accesorii (pălării, mănuşi, genţi, curele) etc.

Spre exemplu, cooperativa „Fotin Enescu” de pe str. Alexandru cel Bun, nr. 73, venea cu un aviz, precum că deţinea „un bogat asortiment de stofe, paltoane de bărbaţi, dame şi copii, pânzeturi, ghete şi diferite coloniale”[24].

Magazinul de manufactură „La Altman”, aflat pe str. Alexandru cel Bun, nr. 100, colţ cu str. Mihai Viteazul, avea „în permanenţă”, un bogat asortiment de „*ştofe* bărbăteşti şi de dame, mătăsuri, lenajuri şi albituri”, la „preţuri extrem de ieftine”. Vânzarea era posibilă „şi în rate, în condiţiuni avantajoase. Vizitaţi cu încredere!”[25].

---

[20] Cine doreşte să bea. În: *România Nouă (Chişinău),* an. IV, nr. 35, 17 februarie 1927, p. 4.
[21] *Anuarul Chişinăului pe anul 1940*.., p. 73.
[22] Alambicul „Dinescu Poenăreanu”. În: *România Nouă (Chişinău),* an. IV, nr. 35, 17 februarie 1927, p. 4.
[23] A se vedea: Radu Osadcenco. *Chişinău 1918. Ghid-album al oraşului*. Chişinău: Editura „Epigraf”, 2018, pp. 154-158.
[24] Cooperativa „Fotin Enescu”. În: *Vulturul Basarabiei. Revista literar-ştiinţifică lunară a Societăţii cultural-sportive „Hasdeu” a Tinerimii Române (Chişinău),* nr. 26, octombrie 1922, p. 1.
[25] *Anuarul Chişinăului pe anul 1940*.., p. 22.

Magazinul de confecţii bărbăteşti, dame şi copii „Contesa”, aflat pe str. Alexandru cel Bun, nr. 100, colţ cu Mihai Viteazul, era în permanenţă bine aprovizionat cu un „bogat asortiment de trench-coaturi, mantale de cauciuc, pardesiuri, costume etc. după ultimele modele, toate la preţuri accesibile”[26].

Un alt magazin, de galanterie, „Voaleta” aflat pe str. Regele Carol I (Puşkin), nr. 44, deţinea „un mare asortiment de tricotaj, lingerie, poşete de dame, mănuşi etc. Magazinul avea şi o secţie specială de perdele, baghete şi muşamale. Mai deţinea şi un mare asortiment de ciorapi de diferite mărci. La toate produsele preţurile erau fixe şi mai ieftine ca oriunde”[27].

Un capitol aparte îl deţinea promovarea ciorapilor.

Deşi magazinele erau destinate atât femeilor cât şi bărbaţilor, se pare că proprietarii magazinelor de haine şi diferite accesorii de îmbrăcăminte mizau în special pe publicul feminin, care era mai receptiv la detalii. Spre exemplu, în 1926, printr-un aviz de ziar se anunţa că „în Magazinul de Galanterie „S. Sereşevschii”, aflat pe str. Haralambie, nr. 90 (între str. Puşkin şi Pavlovscaia) a fost primit un mare asortiment de ciorapi de damă şi de bărbaţi de toate culorile (*sic!*). „Tot aici găsiţi şi ciorapi de lână. Mănuşi moderne, vestoane şi jachete călduroase ultima modă. Cele mai bune genţi şi diferite garnituri pentru rochii de damă. Mare depozit de tot felul de dantele pentru lenjerii. Este şi *Jurnalul de modă pe anul 1927* (*sic!*)”[28]. Pare-se că, jurnalele de modă, devin o atracţie profitabilă pentru Magazinul de Galanterie „S. Şereşevschi”, întrucât, în anul 1937, notele de publicitate anunţau publicul că la Magazinul cu pricina „Au sosit ultimele noutăţi ale sezonului”, inclusiv „*Jurnale de modă pe anul 1937*, materiale pentru corsete etc. la preţurile cele mai convenabile”[29].

Articole de galanterie puteau fi găsite şi la magazinul lui I. Goreşti: „Cine doreşte, calitate bună şi preţ ieftin la ciorapi de dame şi bărbăteşti trebuie să se convingă prin vizitarea Magazinului „I. Goreşti”, de pe str. Regele Carol I (Puşkin), nr. 34. Vânzarea se face numai contra cost. În provincie se trimit cu ramburs”[30]. Tot acolo se găseau şi ciorapi bărbăteşti de mătase, calitate garantată, perechea 65 lei[31].

La sfârşitul anilor 1930, magazinul de galanterie şi Fabrica de Lenjerie „I. Goreşti”, de pe str. Alexandru cel Bun, nr. 102, efectua şi lichidarea completă, cu preţuri foarte ieftine, a mărfurilor de iarnă. Astfel, erau soldate urmă-

[26] *Ibidem,* p. 56.
[27] *Ibidem*, p. 54.
[28] S. Sereşevschii. În: *România Nouă (Chişinău),* an. III, nr. 156, 6 decembrie 1926, p. 4; Vezi şi: *Anuarul Chişinăului pe anul 1940*..., p. 75.
[29] [Publicitate]. În: *Basarabia Economică. Buletinul Camerelor de Comerţ şi Industrie din Basarabia*, Tipografia Statului (Chişinău), an. 19, nr. 1, ianuarie 1937, p. 90.
[30] Cine doreşte. În: *România Nouă (Chişinău),* an. IV, nr. 35, 17 februarie 1927, p. 3.
[31] I. Goreşti. În: *România Nouă (Chişinău),* an. III, nr. 70, 25 august 1926, p. 3.

toarele mărfuri: ciorapi de dame (de 19, 25, 29 şi 32 lei), chiloţi de dame (de 22, 26, 28 şi 32 lei), cămăşi de dame (de 78, 88 şi 98 lei), cămăşi de noapte (de 128 şi 145 lei), batiste de dame (de 10, 15 şi 18 lei), mănuşi de dame (de 78 lei), ciorapi bărbăteşti (de 9, 12 şi 14 lei), pulovere bărbăteşti de lână (de 145 lei), cămăşi flanelate cu fermoar (de 145 lei). Extrem de reduse preţurile erau la diferite articole bărbăteşti: indispensabili bărbăteşti (de 72 şi 79 lei), cravate bărbăteşti (de 39, 58 şi 68 lei), batiste bărbăteşti (de 9, 12 şi 14 lei), prosoape (de 17, 26 şi 39 lei), pijamale complet (de 275 lei), mănuşi bărbăteşti de piele căptuşite (de 138 şi 168 lei), mănuşi bărbăteşti flanelate (de 29 lei), mănuşi bărbăteşti de lână (de 59 lei), ghetre bărbăteşti (de 69 şi 79 lei)[32].

În comercializarea pălăriilor la Chişinău în anii 1920 erau specializate 16 magazine şi ateliere[33], inclusiv Fabrica de Pălărie „S. Grinberg" aflată pe str. Alexandru cel Bun, nr. 102, unde puteau fi găsite „Pălării de dame din fetru şi velur", precum şi un mare asortiment de „Pălării bărbăteşti, la un preţ mai ieftin ca la Bucureşti cu 100%"[34]. Din presa anului 1926, aflăm că doar la Magazinul „A. Ganapalsky" (în alte surse dat „A. Ganapolschii"), de pe str. Puşkin, nr. 36, puteau fi găsite „veritabilele Pălării Borsalino", magazinul mai având şi un bogat asortiment de pălării de la alte firme din străinătate, dar şi diferite piei, căciuli şi blănuri de caracul[35].

Pălării mai puteau fi găsite la Magazinul de Galanterie şi pălării „Globus", pe str. Alexandru cel Bun, nr. 84, fiind singura unitate comercială care avea posibilitatea să vândă la preţurile de fabrică[36].

Din atributele vestimentare feminine de îmbunătăţire a imaginii estetice, în Chişinăul interbelic, mai puteau fi găsite corsetele, care erau confecţionate la cele şase ateliere rămase în oraş[37].

Specifice Chişinăului interbelic erau magazinele de blănuri, ale căror mărfuri erau promovate constant în presa timpului. În 1926, spre exemplu, blănurile erau cartea de vizită a Magazinului şi Atelierului „I. Diner", din str. Haralampie, nr. 66, care se grăbea să anunţe că „a fost primit un mare stoc de tot felul de blănuri şi haine îmblănite[38]. Tot atunci, se anunţa că şi la Magazinul de Blănuri fost „I. Beloţercovschi", aflat pe str. Alexandru cel Bun, nr. 102, au fost primite „calităţi alese de blănărie şi haine îmblănite"[39]. Sau la Magazinul de Blănării şi Pălării „George Lefterescu", aflat pe str. Alexandru

[32] Lichidarea complectă a mărfurilor de iarnă. În: *Basarabia Economică. Buletinul Camerelor de Comerţ şi Industrie din Basarabia*, Tipografia Statului (Chişinău), an. 21, nr. 3, martie 1939, p. 81.
[33] Ateliere de Pălării şi magazine. În: *Anuarul Oraşului Chişinău..*, p. 155.
[34] Fabrica de Pălărie „S. Grinberg". În: *România Nouă (Chişinău),* an. III, nr. 29, 5 iulie 1926, p. 4.
[35] Pălării Borsalino. În: *România Nouă (Chişinău),* an. III, nr. 156, 6 decembrie 1926, p. 4.
[36] *Anuarul Chişinăului pe anul 1940..*, p. 75.
[37] Ateliere de corsete. În: *Anuarul Oraşului Chişinău..,* p. 102.
[38] I. Diner. În: *România Nouă (Chişinău),* an. III, nr. 156, 6 decembrie 1926, p. 4.
[39] I. Beloţercovschi. În: *România Nouă (Chişinău),* an. III, nr. 156, 6 decembrie 1926, p. 4; *Anuarul Chişinăului pe anul 1940..*, p. 55.

cel Bun, nr. 65, sub conducerea personală a patronului erau primite „comenzi cu material propriu şi al d-lor clienţi”[40]. Doamna Julieta Papdopol, în schimb, a cărui magazin se afla pe str. Ştefan cel Mare, nr. 146, colţ cu Iaşilor, avea în vânzare „mantouri de iarnă şi rochii de bal”[41].

Încălţăminte



Ca şi îmbrăcămintea, încălţămintea era la fel de mult reclamată. „Paradoxal! Unde te întorci – oriunde este încălţăminte, cizme şi galoşi [...] sunt sigur că acolo sunt ieftini şi calitativi!”, în felul acesta se făcea publicitate, pe paginile revistei săptămânale bilingve română/rusă de satiră şi umor *Sfârla/Щелчок*, din 15 decembrie 1928, nr. 1, Magazinului de Încălţăminte „Vâvodţev” din str. Puşkin, nr. 40[42].

O bună parte din magazinele de încălţăminte din Chişinăul interbelic se aflau pe bulevardul principal, Alexandru cel Bun. Majoritatea din ele reclamau abundenţa de galoşi şi şoşoni, ultimii fiind un gen de încălţăminte de iarnă din pâslă sau cauciuc care se purtau peste pantofi. Faptul că erau la mare solicitare, galoşii şi şoşonii, ne determină să credem că străzile din oraş nu erau tocmai curate, iar în perioada rece a anului chiar pline de noroi.

Spre exemplu, în toamna lui 1926, un aviz din ziar anunţa că la Magazinul de Încălţăminte „Fr. H. şi Ia”, pe str. Alexandru cel Bun, nr. 94, a sosit un mare transport de galoşi şi şoşoni[43].

Un alt Magazin de Încălţăminte, „Royal”, situat pe str. Alexandru cel Bun nr. 100, era „în permanenţă asortat cu cea mai modernă încălţăminte pentru dame, bărbaţi şi copii. Mare asortiment de galoşi şi şoşoni de diferite fabrici”, preţurile fiind „în afară de concurenţă”[44].

De o mare publicitate se bucurau atât mărcile româneşti cât şi cele străine. Încălţămintea „Gaurom”, „Quadrat”, „Tretorn” şi „Wimpassing” pare a fi cele mai căutate pe piaţa interbelică din Basarabia. Spre exemplu, una din publicităţi îndemna publicul să ceară „pretutindeni galoşii şi şoşonii renumitei fabrici

[40] *Anuarul Chişinăului pe anul 1940...*, p. 56.
[41] Papadopol. În: *România Nouă (Chişinău),* an. III, nr. 156, 6 decembrie 1926, p. 4.
[42] Agenţia Naţională a Arhivelor, Direcţia Generală a Arhivelor Naţionale, F.P. 2983 (G. Bezviconi), inv. 1, d. 58, f. 8v.
[43] Galoşi şi şoşoni. În: *România Nouă (Chişinău),* an. III, nr. 97 (320), 26 septembrie 1926, p. 3.
[44] *Anuarul Chişinăului pe anul 1940...*, p. 46.

„Gaurom" SAR, elegante, durabile şi ieftine". Reprezentanţa generală şi depozitele pentru Basarabia aflându-se pe bd. Alexandru cel Bun, nr. 94, la etaj, aici fiind fixat şi numărul de telefon – 1024[45]. Un alt aviz suna în felul următor: „Cereţi pretutindeni marca «Quadrat». Galoşi şi şoşoni, marcă mondială, calitate neîntrecută prin eleganţă şi durabilitate. Depozit *en gros* pentru Basarabia Gavriil Cogan aflat pe bd. Alexandru cel Bun, nr. 98, telefon – 531"[46].

Totuşi, cel mai recomandat Magazin de Încălţăminte, era a lui I. Zilberman, aflat pe bd. Alexandru cel Bun, nr. 98. Acesta avea întotdeauna cel mai bogat asortiment de încălţăminte de cea mai bună calitate, pentru bărbaţi, doamne şi copii, şi conţinea modelele cele mai moderne. Avea mare asortiment de galoşi şi şoşoni de la cele mai renumite fabrici: „Quadrat", „Tretorn", „Wimpassing", „Caurom" etc. Preţurile, şi ele, potrivit publicităţii, erau în afară de orice concurenţă[47].

În publicitatea anilor interbelici se denotă faptul că în Chişinău erau şi magazine străine. Bunăoară, Iaroslav Nemecec deţinea un magazin cehoslovac de încălţăminte, aflat pe str. Alexandru cel Bun, vis-a-vis de monumentul Ştefan cel Mare. Acesta pretindea că încălţămintea din cadrul magazinului este „cea mai durabilă"[48].

Pe lângă varietatea de magazine de încălţăminte, în Chişinău era şi un magazin de încălţăminte ortopedică, a lui Goldanov, aflat pe str. Ştefan cel Mare, nr. 108[49].

Cu totul la modă, în Chişinău, pare să fi fost pantofăria civilă şi militară „Perepeliţa", Furnizor Corp III Armată, specializată pe cizme ofiţereşti, bocanci de schiuri, de patinaj etc. Aceasta se afla pe bd. Alexandru cel Bun, nr. 65, şi avea un „mare asortiment de încălţăminte gata din cele mai bune materiale. Totodată, pantofăria primea „comenzi din diferite piei exotice, ca şarpe, pantere, aur, argint, mătase, piei impermeabile etc.", iar în fiecare lună la atelier soseau „jurnale de modă internaţionale"[50].

Un alt Atelier de încălţăminte de prim rang era „Modes de Paris" a lui B. Ceşnevschi, aflat pe bd. Alexandru cel Bun, nr. 24, care oferea „cea mai fină încălţăminte executată după modelele din străinătate gata fabricată şi după comandă". De remarcat faptul că Atelierul satisfăcea „cel mai pretenţios gust" şi primea şi încălţăminte la reparaţii. Evident, preţurile erau „în afară de orice concurenţă"[51].

În general, publicitatea de încălţăminte pe lângă textul inspirat conţine şi imagini captivante care ilustrează, de obicei, pantofii de damă, cu toc!

---

[45] *Ibidem*, p. 60.
[46] *Ibidem*, p. 80.
[47] *Ibidem*, p. 90.
[48] *Ibidem*, p. 26.
[49] *Ibidem*, p. 32.
[50] *Ibidem*, p. 56.
[51] *Tabloul cu denumirea străzilor din cuprinsul municipiului Chişinău aprobat de Primărie pentru anul 1937*.., p. 4.

Medicamente şi produse cosmetice

Produsele farmaceutice au fost de departe cele mai promovate. Unele preparate, aşa cum arată publicitatea din perioada interbelică, puteau fi găsite atât la magazinele farmacii cât şi la cele zise drogherii. Spre exemplu, în 1920, Farmacia românească a poticarului I. Popescu, aflată pe str. Alexandrovskaia colţ cu str. Puşkin, avea în stoc atât medicamente străine cât şi autohtone. În depozitul magazinului mai puteau fi găsite produse precum „parfumuri franţuzeşti în sticle şi la gramaj; apă parfumată de colonie; accesorii pentru toaletă (brilliantin, creme, cosmetice, pastă de dinţi, pudră, săpun (specialitate Marsilia, de toaletă şi chiar de spălat rufe[52]) etc.), inclusiv ape minerale”[53].

Un alt magazin, Drogheria şi parfumeria lui I.N. Vexelman, care exista în Chişinău de 20 de ani, a fost deschisă din nou, în 1926, pe str. Puşkin, nr. 34, colţ cu Fântânei, între Magazinele de Lenjerie „Olşeaneţchi” şi Librăria „Schehter”, fiind aprovizionă întotdeauna cu mare asortiment de mărfuri: farmaceutice, parfumerie şi cosmetice. Ape minerale naturale. Toate cu preţurile cele mai ieftine, despre care „publicul se poate convinge cumpărând orice fel de marfă”[54].

O reţea de farmacii în Chişinăul interbelic activa sub cupola titlului Dorgheriile Unite „Grinfeld & Farmacon”, cu sediul în Palatul Primăriei[55].

În cadrul farmaciilor şi drogheriilor din Chişinău era vândută şi apa minerală purgativă „Breazu” (aprobată de Consiliul Sanitar Superior), reprezentant general pentru Basarabia fiind Casa de Comerţ „I. Grinfeld”. Apa se recomanda să fie băută raţional, întrucât avea efecte medicamentoase asupra organismului. „Doza normală de apă era de un pahar – „bună la gust; nu produce iritaţii intestinale; nu deprimă tubul digestiv, aşa că nu produce constipaţii; nu are contraindicaţii pentru că are calitate superioară; ea conţine prea puţină clorură de sodiu şi astfel, nu oboseşte şi nu supără rinichii; efectul ei e repede, sigur şi fără greaţă”[56].

Cosmeticele, parfumurile rafinate, esenţele preţioase, diferite săpunuri, cremele-minune, precum şi pudra pentru ten – bizare s-ar părea astăzi, erau altădată reclamate pe pagini întregi de ziare şi reviste. Spre exemplu, de o publicitate deosebită se bucura apa de colonie „Diavolo”, aceasta fiind promovată din prima pagină a Anuarului Chişinăului din 1940. De la primele cuvinte publicitatea captează imediat – „Ca şi pregătirea unui virtuos, frumuseţea

---

[52] Radu Osadcenco. *Op. cit.,* p. 159.

[53] Румынский аптекарский магазин. În: Бессарабія (Chişinău), № 40, 25 июня 1920, с. 4.

[54] Drogheria şi parfumeria I.N. Vexelman. În: *România Nouă (Chişinău),* an. III, nr. 77, 2 septembrie 1926, p. 4; nr. 127, 31 octombrie 1929, p. 3.

[55] *Anuarul Chişinăului pe anul 1940*.., pp. 25, 81.

[56] „Breazu”. Apă minerală purgativă. În: *România Nouă (Chişinău),* an. III, nr. 77, 2 septembrie 1926, p. 4.

unei femei cere o îngrijire zilnică pentru a se menţine în continuu în tonul viu al gingăşiei, al tinereţii. Aşa cum marii muzicanţi exersează zilnic, o femeie trebuie să-şi impregneze fiinţa cu parfumul super al Apei de Colonie «Diavolo». Ca şi o melodie frumoasă, Apa de Colonie «Diavolo» e o incantaţie". Atât Apa de Colonie cât şi Pudra „Diavolo" „de o calitate unică" erau produse de fabrica străină de parfumerie „Iris".Pe piaţa Basarabiei şi Bucovinei, mărfurile companiei „Iris" erau importate şi ajungeau la Chişinău datorită lui M. Şmucler, a cărui sediu se afla pe str. G-l Broşteanu, nr. 66[57].

Din „cosmeticele" bărbăteşti cele mai reclamate erau lamele de bărbierit – „Orice bărbat se rade numai cu favorita lamă de lux Pierre, introdusă în toată lumea, cea mai fină având aliagiu de argint". Depozitul fabricii pentru Basarabia A.B. Crimerman, se afla pe str. Tighina, nr. 13[58].

Produse de uz casnic

Publicitatea din perioada interbelică nu a omis invenţiile tehnice care facilitau organizarea menajului orăşenesc specific vieţii de zi cu zi. De obicei lucrurile mărunte necesare în gospodărie se găseau în magazinele de manufactură, publicitate la care frecvent se făcea în presa timpului. Spre exemplu, „o mare desfacere de mărfuri ieftine, de manufactură", „numai în numerar" se găsea „în prăvălia Ş. Goldenberg şi F-iul", de pe str. Alexandru cel Bun, nr. 10, vis-à-vis de cinematograful „Orfeum"[59].



Dezvoltarea reţelei electrice interbelice a coincis cu promovarea unor produse şi servicii moderne care permiteau majorarea confortului şi utilităţii locuinţelor. Astfel, în presa timpului, pot fi frecvent întâlnite reclame la lămpi, becuri electrice şi articole electrotehnice, diferite aparate – telefon, inclusiv, de gătit. „Nici o gospodărie fără aragaz", în felul acesta era titrată publicitatea pentru maşinile de gătit în Chişinău, care puteau fi găsite la depozitul de pe bd. Alexandru cel Bun, nr. 78[60].

[57] *Anuarul Chişinăului pe anul 1940...*, p. 6.
[58] Lama de lux Pierre. În: *România Nouă (Chişinău),* an. IV, nr. 33, 14 februarie 1927, p. 3.
[59] Aviz. În: *România Nouă (Chişinău),* an. IV, nr. 35, 17 februarie 1927, p. 4.
[60] *Anuarul Chişinăului pe anul 1940...*, p. 73.

Un atribut casnic care putea fi întâlnit destul de frecvent atât în gospodăriile din mediul urban cât şi din cel rural, erau maşinile de cusut. Reparaţia dar şi procurarea „celor mai moderne" modele, gen Rast & Gasser (Viena), „cu preţuri şi condiţii avantajoase" se efectua tot prin intermediul publicităţii din ziare sau reviste[61].

Alte produse, cărora le erau dedicate pagini întregi de publicitate era radioul, inclusiv aparatele foto, iar pentru necesităţile de birou – maşinile de scris. Spre exemplu, la magazinul „Universal" a lui R. Zomen, de pe str. Alexandru cel Bun, nr. 98, puteau fi găsite „cele mai bune radio aparate, maşini de scris «Erika» şi articole electrotehnice[62]. Sau la borul radio-electrotehnic „Lumina", a lui Iosif Bergher, amplasat pe str. Regele Carol I (Puşkin), nr. 44, vis-a-vis de Grădina Soborului putea fi găsit un „mare asortiment de lustre moderne, articole de radio şi alte accesorii electro-tehnice la preţuri de fabrică"[63].



În 1940, o pagină întreagă era destinat publicităţii celui „mai vechi şi renumit Radio-salon Milştein cu agenţii în toată Basarabia", aflat pe str. Regele Carol I, nr. 34, unde puteau fi găsite cele mai bune aparate de radio marca „Hornyphon", „Telefunken", „Iron", „Mediator", „Ekco"[64].

Un alt birou tehnic, aflat pe bd. Alexandru cel Bun, nr. 110, care, la fel, se bucura de o mare publicitate era Radio Electra, al proprietarului Nicolae Burghelea, care vindea aparate de radio fabricate în diferite ţări: marca „Siera" (Olanda), „Radione" (Viena), „Imperial"; „Sachsenwerk" (Germania), „Standard" (Budapesta) sau „Tonophon" (România). Pe lângă aparatele de radio, aici mai puteau fi găsite „becuri electrice de toate felurile, lustre, lămpi şi abajure moderne", „baterii şi acumulatoare", „contoare electrice", „aparate electrice de încălzit, fiert şi medicale", inclusiv „patefoane şi plăci",

[61] *Tabloul cu denumirea străzilor din cuprinsul municipiului Chişinău aprobat de Primărie pentru anul 1937...*, p. 15.
[62] *Anuarul Chişinăului pe anul 1940...,* p. 68.
[63] *Ibidem,* p. 20.
[64] *Ibidem,* p. 43.

„amplificatoare de închiriat pentru nunţi serbări, baluri", şi chiar „biciclete, motociclete, cauciucuri, automobile şi diverse piese la ele". La toate acestea cititorilor li se mai comunica faptul că afacerea avea şi un laborator tehnic pentru verificarea sau testarea mărfurilor[65].

Prezenţa reclamelor în domeniul automobilelor (ateliere de vulcanizare), ne determină să credem că exista o cerere vădită din partea unei categorii bogate a locuitorilor oraşului Chişinău în procurarea acestor bunuri. Spre exemplu, în 1926, dintr-un aviz publicitar aflăm că prefectura jud. Lăpuşna avea în vânzare un automobil marca „Pacard" vechi şi deteriorat. Vânzarea se făcea prin bună învoială, doritorii putând vedea automobilul la orice oră la Prefectura judeţului[66]. Un alt aviz, anunţa cititorii că „Motor-Comerţ", cu sediul pe str. G-l Broşteanu, nr. 61, avea în dotare „automobile, cauciucuri, piese de schimb şi accesorii pentru automobile, articole tehnice, uleiuri şi aparate de radio"[67].

Un alt bun de uz casnic, reclamat în perioada interbelică, erau instalaţiile de încălzit încăperile de locuit sau pentru gătit, şi anume sobele. Spre exemplu, potrivit unei publicităţi, fabrica dusă de Fraţii D. şi Ş. Bronfman, situată pe Drumul Băcioiului, nr. 2, iar magazinul, aflat pe str. Alexandru cel Bun, colţ str. Armenească, nr. 94, oferea la preţurile cele mai reduse, sobe şi articole de teracotă, precum şi căminuri[68].

Servicii medicale

În presa interbelică persistă o promovare intensă a unei largi game de servicii medicale. Sunt date publicităţii avize ale diferitor medici – doctor S. Rozenberg, doctor D. Alexandrescu, doctor C. Stamatiu, doctor I. Bregman ş.a., specializaţi în boli interne, de inimă, plămâni şi rinichi, boli de piele, de ochi, de dinţi, boli de copii etc.

Spre exemplu, doctorul Mahlis, specializat pe bolile interne, în special de inimă, plămâni şi rinichi, oferea consultaţii la biroul din bd. Alexandru cel Bun, nr. 89 (intrarea prin str. Inzova)[69]. Iar medicul-şef al Spitalului Militar şi Civil de Ochi din Chişinău, doctorul Bălăcioiu, opera de ochi, nas, gât şi urechi, în cabinetul de pe str. Gogol, nr. 35. Un alt doctor, Constantin Stăncescu, „medic la spitalul de ochi specialist în boale şi operaţii de ochi, nas, gât şi urechi", oferea consultaţii la centrul de pe str. G-l Broşteanu (Cupecescaia), nr. 48, colţ Fontana[70].

---

[65] *Ibidem,* p. 49.
[66] Publicaţiune. În: *România Nouă (Chişinău),* an. III, nr. 70, 25 august 1926, p. 4.
[67] *Ibidem*, p. 19.
[68] [Publicitate]. În: *România Nouă (Chişinău),* an. III, nr. 77, 2 septembrie 1926, p. 4.
[69] Doctor Mahlis. În: *România Nouă (Chişinău),* an. IV, nr. 35, 17 februarie 1927, p. 4.
[70] Doctor Bălăcioiu; Doctor Const. Stăncescu. În: *România Nouă (Chişinău),* an. IV, nr. 35, 17 februarie 1927, p. 4.

Din avizele medicilor cele mai multe erau axate pe bolile venerice, genitourinare, legate de potenţa bărbaţilor, bolile de femei, naşteri, urmate de bolile de copii, inclusiv nutriţia acestora.

Spre exemplu, doctorul I. Bergman, a cărui cabinet se afla pe str. Unirii, nr. 20, trata de sifilis, boale venerice, piele şi genitourinare. Tratamentul era efectuat cu razele Rontgen, radioscopie şi radiografie[71]. Unii specialişti în tratarea sifilisul, ofereau „tratament modern" prin „injecţiuni intravenoase nedureroase cu neosalvarsanm bismut şi mercur". Iar în caz de impotenţă, pacienţii îl puteau apela pe doctorul Budesco, care în tratament aplica un aparat-german nou – „Welpatent", ce dădea „rezultate foarte bune atât la acei slabi sexuali, cât şi cei înaintaţi în vârstă". Informaţia despre aparat putea fi căpătată prin orice doctor, prin scrisoare sau personal, fără nicio plată, la Budesco, între orele 17:00–18:00 seara, Chişinău, str. Iaşilor, nr. 30, între str. Alexandru cel Bun şi Schmidt[72].

Deşi avizele de servicii medicale din partea doctorilor-femei erau mai puţine, totuşi se întâlneau şi medici de gen feminin. Astfel, doctorul Ana Balaban-Arventiev, medic secundar la Maternitatea Spitalului Central oferea servicii de mamoş, tratarea bolilor de femei şi chirurgicale. Cabinetul acestea se afla pe str. General Broşteanu (Cupecescaia), nr. 35, colţ cu str. I. Brătianu (Fiodorova)[73].

Printre publicitatea serviciilor medicale erau şi de cele care primeau naşteri. Bunăoară, dr. Rudolf Kurtz, care deţinea o maternitate privată pe str. Ieşilor, nr. 17 (nr. de telefon – 300) şi era specialist în naşteri, boli de femei, făcea înscrieri din timp pentru naşteri. Totodată, oferea consultaţii în boli de femei şi moşit. Iar bolnavii pentru naşteri şi cazuri urgente se primeau toată ziua şi noaptea[74].

În îngrijirea şi nutriţia copilului mic, precum şi a diferitor boli de copii, consultaţii oferea I. Kalio, specializat la Viena, care practica folosirea electro-mechanoterapiei, electrizarea, masajul manual şi vibratoriu. Cabinetul acestuia se afla pe str. Mihai Viteazul (Mihailovscaia), nr. 56[75].

Alte servicii şi produse

Pe lângă multitudinea de servicii care erau oferite locuitorilor Chişinăului prin intermediul difuzării informaţiei în public, semnalăm prestarea serviciilor şi consultaţiilor juridice din partea avocaţilor: Titus T. Stoica (str. Regina

[71] Doctor I. Bergman. În: *România Nouă (Chişinău),* an. IV, nr. 35, 17 februarie 1927, p. 4.
[72] Impotenţa. În: *România Nouă (Chişinău),* an. III, nr. 77, 2 septembrie 1926, p. 4.
[73] Doctor Ana Balaban-Arventiev. În: *România Nouă (Chişinău),* an. IV, nr. 35, 17 februarie 1927, p. 4.
[74] Dr. Rudolf Kurtz. În: *România Nouă (Chişinău),* an. IV, nr. 35, 17 februarie 1927, p. 4.
[75] I. Kalio. În: *România Nouă (Chişinău),* an. IV, nr. 35, 17 februarie 1927, p. 4.

Maria, nr. 59); Anibal I. Gheorghiu (str. Bartolomei, nr. 1) ş.a.[76]; serviciilor de traducere oficială şi notariale precum erau cele oferite de S.C. Musteaţă, care avea deschis birou notarial şi de traducere pe str. Alexandru cel Bun, colţ str. Armeană, nr. 65[77].

Aşa cum perioada interbelică a înscris tendinţe ascendente de învăţare a limbii române, presa timpului înscrie şi oferte de însuşirea a acesteia datorită unor persoane care ofereau lecţii particulare – „Institutoare la stat prepară copii de curs primar. Predă lecţiuni de limba română. A se adresa str. Alex. Granărescu (Balanovscaia), nr. 2”[78] sau „Predau lecţii de limba engleză în schimbul lecţiilor serioase de limba română. Adresa: str. Stibicov, casa Râşcan, Piaţa Nemţească”[79].

Pentru a fi în pas cu tendinţele interbelice ale modei, un şir de ateliere de croitorie ofereau o gamă vastă de servicii. Per ansamblu, Chişinăul anilor 1920 înregistra 76 de ateliere de croitorie, inclusiv 29 de croitorii pentru dame şi doi croitori militari[80]. Spre exemplu, D. Şerbănică, proprietarul croitoriei artistice, mutată de la 10 ianuarie 1927 pe str. Kievului colţ cu str. Sinadino anunţa că „în curând va aduce şi un asortiment de furnituri din cele mai elegante, iar atelierul va funcţiona cu tot asortimentul şi lucrători specializaţi aduşi din Bucureşti”[81]. Pe str. Ştefan cel Mare, nr. 100, vis-a-vis de str. Regina Maria, croitoria bărbătească O. Feldman, primea comenzi după ultimele modele[82]. Atelierul I. Badaş, aflat pe aceeaşi stradă, dar la nr. 123, specializat pe hainele de copii confecţiona uniforme şcolare şi pijamale. Totodată, atelierul dădea „cu chirie haine de bărbaţi şi de dame pentru baluri şi pentru mirese”[83].

Un alt gen de servicii, ţinea de curăţătoriile chimice. Spre exemplu, „cea mai veche şi mai renumită boiangerie cu aburi şi curăţătorie chimică – M. Straşun şi F-ii, fondată în anul 1897 şi situată pe str. Universităţii (fosta Gogol), nr. 20, oferea servicii de „curăţare chimică pentru tot felul de haine bărbăteşti şi de damă”, „curăţătorie specială de mănuşi”, „exemplară spălătorie cu abur pentru albituri”[84], inclusiv „vopsire în diferite culori a orice fel de hai-


Prima fabrică de vopsit şi curăţitoria chimică
STRAŞUN şi F-ii
Centrala str. Gogol No. 20, sucursale în toate raioanele oraşului
Firma este distinsă cu 2 medalii de aur pentru perfecta executare a lucrului.
Curăţătorie chimică pentru tot felul de haine bărbăteşti şi de damă. — Vopsitul diferitelor ştofe de lână şi bumbac în felurite culori moderne. — Curăţătorie specială de mănuşi. — Exemplară spălătorie cu abur exclusiv pentur albituri. — Vopsirea şi afumarea peilor şi blănilor.
Comenzile se execută în cel mai scurt timp şi cu preţul convenabile.

[76] Titus T. Stoica; Anibal I. Gheorghiu. În: *România Nouă (Chişinău),* an. III, nr. 70, 25 august 1926, p. 4.
[77] Notarul public. În: *România Nouă (Chişinău),* an. III, nr. 156, 6 decembrie 1926, p. 4.
[78] Institutoare. În: *România Nouă (Chişinău),* an. IV, nr. 35, 17 februarie 1927, p. 3.
[79] Mica publicitate. În: *România Nouă (Chişinău),* an. III, nr. 29, 5 iulie 1926, p. 4.
[80] A se vedea: *Anuarul Oraşului Chişinău*.., pp. 102-104.
[81] D. Şerbănică. În: *România Nouă (Chişinău),* an. IV, nr. 35, 17 februarie 1927, p. 3.
[82] *Anuarul Chişinăului pe anul 1940*.., p. 28.
[83] *Ibidem*, p. 46.
[84] Straşun şi F-ii. În: *România Nouă (Chişinău),* an. III, nr. 156, 6 decembrie 1926, p. 4.

ne, refacerea plușurilor", iar în „secţia de prelucrare a blănurilor se executa vopsirea pieilor din Basarabia, precum şi diferite alte blănuri". Executarea se efectua „ireproşabil şi la preţuri modeste"[85].

Boiangeria chimică „Astrahani" a lui R. Cuşnir, fondată în 1920, şi situată pe str. G-l Dragalina, nr. 40, oferea servicii de curăţare a pieilor „de miei, vulpe, mânzi şi diferite blănuri"[86].

Un alt gen de activitate furnizată societăţii ţinea de industria serviciilor de coafură şi alte servicii de înfrumuseţare. Spre exemplu, prin intermediul ziarului *Basarabia*, societatea mondenă a Chişinăului era anunţată de faptul că „iar fusese deschisă «Frizeria lui Jan», saloane pentru dame şi bărbaţi, aflată pe str. Alexandrovscaia, nr. 97, în faţa Trezoreriei". Frizeria, potrivit anunţului, era echipată după ultimele tendinţe ale tehnicii, fiind propus masajul feţei, servicii de manichiură, coafuri pentru dame şi vopsirea părului. Potenţialii clienţi erau asiguraţi că în prestarea serviciilor de înfrumuseţare „erau încadraţi cei mai buni specialişti, iar din cosmetice era folosită doar parfumeria pariziană"[87]. În general, la Chişinău, în anul 1924, erau înregistraţi 14 coafori care deţineau frizerii cu denumiri gen „Basarabia", „Palace" ş.a.[88].

Oferirea călătoriilor turistice era un alt gen de serviciu prestat atât populaţiei din Chişinău cât şi din întreaga Basarabie. Bunăoară, Agenţia Wagons-Lits Gook, organizaţie mondială de voiaj, cu sediul la Chişinău pe bd. Carol al II-lea, nr. 69 (Palatul Primăriei), oferea orice bilete CFR şi internaţionale, buletine de Wagons-lits, bilete de vapor şi avion, diverse excursii individuale şi colective, inclusiv vize pentru paşapoarte[89].

În presa interbelică de la Chişinău se mai făcea publicitate pentru viticultori oferindu-li-se servicii de consultaţie din partea specialiştilor P.A. For şi A.A. Maţchevici. Aceştia propuneau spre cumpărare butaşi de viţă altoită special preparaţi pentru Basarabia din renumitele pepiniere „Commerson-Foure„ şi „Righter" din Franţa şi „Rey Veyart" din Algeria[90].

O altă pepinieră a lui V.I. Scherrer şi O. de pe şos. Hânceşti, mahalaua Sf. Vineri, punea în vânzare „pomi fructiferi, din cele mai bune varietăţi comerciale şi pentru amatori, portaltoi obişnuiţi şi pe pitici (paradis, gutui) crescuţi pe locuri înalte şi uscate fără udare – pomi roditori, plate decorative, acer

[85] *Anuarul Chişinăului pe anul 1940*.., p. 92.
[86] *Tabloul cu denumirea străzilor din cuprinsul municipiului Chişinău aprobat de Primărie pentru anul 1937*.., p. 14.
[87] Парихмахерская Жана. În: Бессарабія (Chişinău), № 140, 25 июня 1920, с. 4; Бессарабія (Chişinău), № 147, 3 июля 1920, с. 4.
[88] Coafori. În: *Anuarul oraşului Chişinău*.., p. 85.
[89] *Anuarul Chişinăului pe anul 1940*.., p. 68.
[90] Viţe altoite; Atenţie viticultori. Doctor Mahlis. În: *România Nouă (Chişinău),* an. IV, nr. 35, 17 februarie 1927, p. 4.

de California, plopi piramidali, acaţie pentru trotuare, gledicie, trandafiri, zmeură". Pentru spulberarea dubiilor în privinţa calităţii, pepiniera aducea drept dovadă medaliile de aur de la expoziţia din Iaşi din 1923 şi din Chişinău din 1925. Magazinul pepinierei se afla pe str. Mihai Viteazul, nr. 42[91].

Cooperativa Agricolă „Pomona", cu sediul pe str. Regele Carol I, nr. 34, punea în comercializare „diferite seminţe, pomi fructiferi, viţă altoită; unelte agricole, horticole, şi viticole; diferite stropitori, insecticide şi fungicide; stupi, faguri artificiale şi vinuri standardizate". Mai oferea în vânzarea cărţi agricole şi revista *Buletinul agricol*[92].

Din multitudinea de produse care se reclamau în ziarele de la Chişinău, figurau şi cele de papetărie. Vizitând (imaginar) Magazinul American de pe str. Regele Carol (Puşkin), nr. 40 colţ cu bd. Alexandru cel Bun, puteai găsi un asortiment bogat de rechizite pentru birou, calendare de perete şi pentru birou, agende mici de buzunar, genţi de piele şi tot felul de geamantane[93].

O altă categorie ţinea de promovarea, vânzarea şi repararea instrumentelor muzicale. Un aviz din anul 1926, anunţa vânzarea unui pian nou, marca „Bitner" (Berlin), cei interesaţi urmau să se adreseze la Rabanschi din com. Bej-Ghioz, jud. Tighina[94]. În acelaş context, Atelierul de Instrumente Muzicale „I. Halata", aflat pe str. Mareşal Badoglio, nr. 63, anunţa că repară vioare şi diferite instrumente muzicale de aramă şi lemne[95].

Aşa cum aparatele frigorifice erau mai mult de lux decât uzuale, pentru a păstra produsele cât mai mult timp posibil, cititorii, potrivit unui slogan publicitar, erau îndemnaţi să procure gheaţă artificială – „Sigura gheaţă sănătoasă este cea artificială", produsă de Fabrica de Gheaţă „I. Sebel", pe Calea Munceşti, nr. 36[96].

Avizele publicitare din Chişinăul interbelic anunţau inclusiv vânzarea animalelor de vânătoare sau de companie – „Se vinde canar, care cântă admirabil, se poate vedea de la 10:00 la 12:00"[97].

Alte bunuri cărora li se făcea publicitate, mai ales, în perioada rece a anului, erau lemnele de foc. Spre exemplu, Centrala Cooperativelor din str. Principele Nicolae, nr. 25 (Moghileanskaia), vindea lemne de foc (esenţă fag şi stejar), preţul pentru 1 000 kg fiind de 900 lei. Vagonul predat în gară, la sosire, era de 7 500 lei[98].

---

[91] Pepiniera V.I. Scherrer şi o. În: *România Nouă (Chişinău),* an. IV, nr. 17, 24 ianuarie 1927, p. 4.
[92] *Anuarul Chişinăului pe anul 1940*..., p. 20.
[93] Vizitând magazinul American. În: *România Nouă (Chişinău),* an. IV, nr. 17, 24 ianuarie 1927, p. 4.
[94] Se vinde. În: *România Nouă (Chişinău),* an. III, nr. 70, 25 august 1926, p. 4.
[95] *Anuarul Chişinăului pe anul 1940*.., p. 26.
[96] *Ibidem*, p. 94.
[97] Canar. În: *România Nouă (Chişinău),* an. IV, nr. 23, 2 februarie 1927, p. 4.
[98] Lemne de foc. În: *România Nouă (Chişinău),* an. IV, nr. 33, 14 februarie 1927, p. 3.

* * *

Privind societatea interbelică chişinăuiană prin prisma rubricilor publicitare din presa timpului putem conchide faptul că locuitorii oraşului erau ancoraţi într-un proces amplu de transformare, promovarea diverselor mărfuri şi produse raportând nivelul de trai şi de dezvoltare al acestora. Practic, suntem martorii unei societăţi în care individul putea să se îmbrace şi să mănânce bine, fiind conectat la valorile lumii europene (occidentale), în care luxul şi moda era la ea acasă. Dincolo de acest fapt, datorită publicităţii timpului putem surprinde nu doar năzuinţele mondene ale chişinăuienilor, dar şi provincialismul oraşului, precum şi o lume a contrastelor, pe străzile Chişinăului putând fi întâlnite atât automobile scumpe, cât şi oameni mărşăluind în galoşi (reclama cărora era la ordinea zilei), fapt care ne duce cu gândul la drumurile deteriorate şi pline de noroi sau praf.