

PARTE DECIMA

POSTA E SOCIETA'

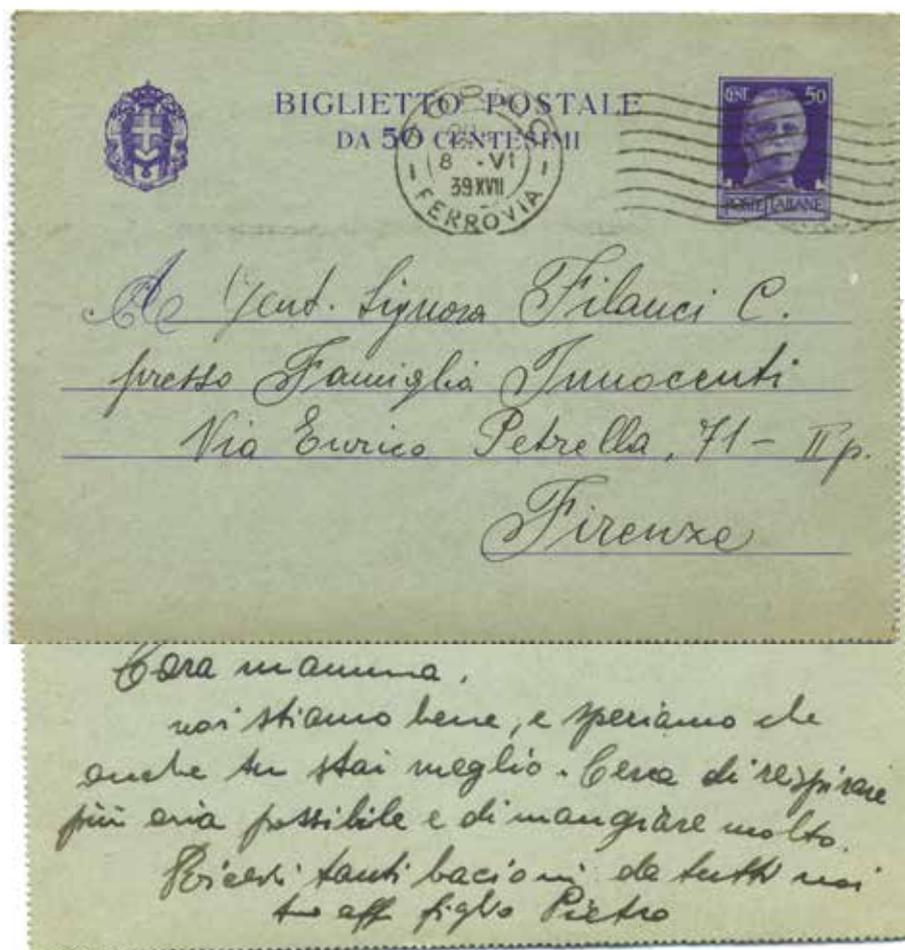
PRONTO? Oggi i messaggi cominciano normalmente così, con una parola di due sillabe a metà fra la domanda e la consuetudine, nel modo più impersonale possibile. E svaniscono quasi subito, anche quando vorremmo (o servirebbe) che restassero: un po' perché sono fatti di onde sonore ed elettricità, un po' perché sono sommersi da altre decine di messaggi puramente vocali, o scritti con sistemi elettronici e telematici che non comprendiamo.

Nel campo postale, invece, il messaggio ha mantenuto quelle caratteristiche che lo distinguono ormai da secoli: fin dal suo *incipit* ogni messaggio assume una propria caratterizzazione e una sua precisa personalità. Un po' distaccato:

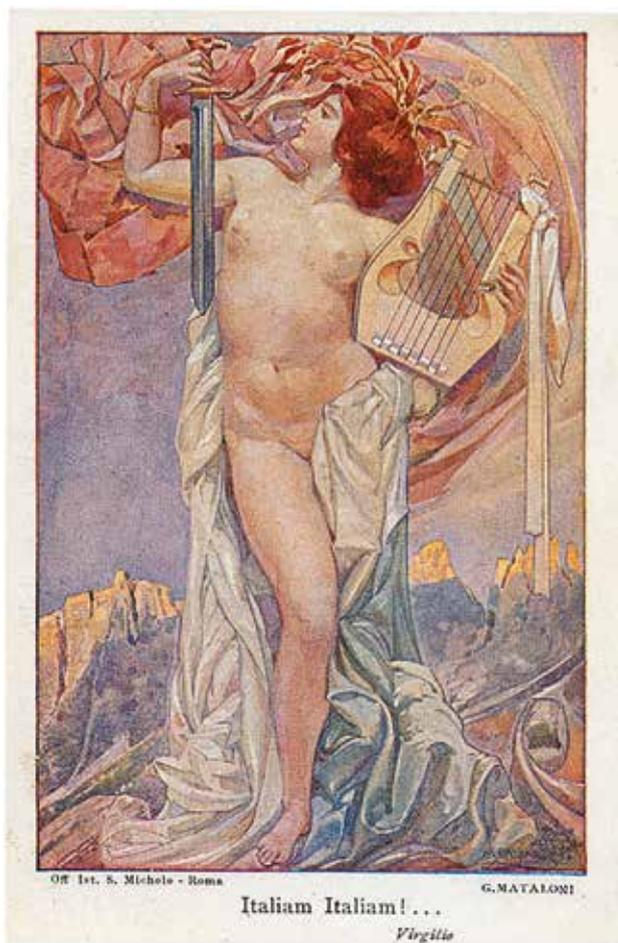
Egregio Signore. Ossequioso: Eccellentissimo Professore. Confidenziale: Caro Gigi. Professionale: Distinto Sig. Avvocato. Convenzionale: Mio Caro Amico. Familiare: Carissima mamma. Burocratico: Oggetto: Vs lettera del 5. 7.1998.

Soprattutto ha mantenuto intatta la sua fedeltà. Se ci serve – come promemoria, come documentazione, come ricordo – può essere tenuto da parte e da conto: perché *scripta manent*, gli scritti restano, come giudiziosamente asserivano già due millenni orsono, forse ripetendo concetti nati con la stessa scrittura se non addirittura con le pitture rupestri.

Perché la posta, soprattutto negli ultimi tre secoli, è stata un elemento fondamentale della



Il biglietto postale era un tempo molto usato per comunicazioni familiari, al posto dell'odierna telefonata, all'epoca ancora poco diffusa fuori dell'ambiente industriale, commerciale e professionale



Le immagini trionfalistiche delle cartoline postali del 1911 per il cinquantenario dell'unità d'Italia, l'esaltazione della romanità fino all'uso del latino in molti francobolli del ventennio, il grigiore anche cromatico delle emissioni degli anni Cinquanta, così come l'abuso di marchi e banalità dell'inizio millennio sono chiari esempi nostrani di quanto le carte-valori rispecchino un'epoca e la sua classe dirigente

società, un momento di comunicazione e di aggregazione, di scambio di conoscenze e di cultura. E questo strettissimo legame con la vita d'ogni giorno, fatta insieme di cose importanti e di banalità, accadimenti da passare alla storia e mode che durano *l'espace d'un matin*, traspare in mille modi dagli stessi servizi postali, dai francobolli, dalle bollature postali.

Basta saper guardare con un po' d'attenzione. E di passione per le cose del nostro passato. Di quando la vita scorreva ancora sui ritmi della natura e la gente, anche benestante, usava comunicare con parenti e amici durante le classiche visite domenicali, e con quelli più lontani si scambiavano periodicamente lettere con le notizie sulla famiglia e il fatidico e conclusivo *speriamo che anche voi siate in ottima salute*.

I gusti di oggi, il sapore di un'epoca

L'immagine più viva e immediata del gusto di un'epoca e di una nazione è certamente quella che troviamo nelle carte-valori postali, grazie alla loro emanazione diretta da un servizio ufficiale e anche alla sempre maggior rapidità con cui si rinnovano, specie a partire dalla fine dell'800. L'adagiarsi su schemi grafici o iconografici consolidati e spesso superati o, al contrario, l'evidente attenzione per le correnti artistiche più attuali

o la ricerca di soluzioni diverse e originali, il ricorso ad autori affermati o un burocratico assemblaggio di cose scontate o chiaramente fornite dagli stessi promotori dell'emissione, la prosopopea o l'agiografia che traspaiono dalle immagini oppure la condiscendenza politica e la ripetitività dei temi e delle celebrazioni, sono tutti elementi che ci parlano del livello medio sociale e culturale di quel preciso momento storico e/o della sua classe dirigente.

L'eterna tentazione

Cosa non si fa per risparmiare pochi spiccioli! Un tempo, quando si badava all'onestà e al centesimo, c'era anche chi rischiava il posto in comune, nei ministeri o alle stesse poste con piccole frodi nell'affrancatura delle corrispondenze.

Questi reati – che accade talvolta di scoprire esaminando con attenzione vecchie buste – risultano infatti effettuati non solo dal pubblico ma anche da impiegati statati, parastatali e postali che poi si intascavano l'equivalente delle tasse d'affrancatura frodate del tutto o in parte.

Le frodi più comuni consistono in alterazioni delle carte-valori: utilizzando per l'affrancatura francobolli già usati da cui è stato cancellato, ridipinto o raschiato il precedente annullo (un trucco che a fine Novecento sarà facilitato dalla carta di certi francobolli che non "prende"



Le tracce di un bollo preesistente sul francobollo, mascherate (non troppo bene) da un annullo pesante, mostra come nel maggio 1862 ci fossero impiegati postali che mettevano sulle lettere francobolli già usati per mettere nelle proprie tasche quanto davano loro i mittenti per affrancare

l'annullo), o che vengono applicati sovrapposti in parte l'uno all'altro in modo che non se ne veda l'annullo o la parte asportata. Più lunga e laboriosa la ricostruzione di un francobollo con pezzetti non annullati ricavati da vari esemplari usati: e infatti la si scopre sovente su lettere spedite da dipendenti pubblici e carcerati.

Altre frodi sono realizzate ricoprendo il francobollo di colla, in modo che non prenda l'annullo e possa essere recuperato dal destinatario; scrivendo messaggi sotto il francobollo o le alette delle buste usate per spedire stampe, cartoline illustrate e altri oggetti che godono di tariffe inferiori; inserendo lettere o messaggi entro buste di stampe, campioni e altre corrispondenze a tariffa ridotta, o mimetizzando i messaggi fra i testi a stampa. Una frode perpetrata solo da ufficiali postali è rilevabile in presenza di francobolli già usati, annullati fortemente per nascondere il precedente annullo. Mentre una frode esclusiva dei funzionari statali è data dall'uso a scopi privati della franchigia o di agevolazioni riservate alle corrispondenze d'ufficio.

Il semplice uso di francobolli che mostrano un annullo precedente ma leggero o di etichette di beneficenza e chiudilettera al posto dei fran-

cobolli non è necessariamente da includere fra i tentativi di frode, potendo essere dovuto anche a confusione, ignoranza o scarsità di diottrie.

Francobolli a pezzi e bocconi

Se un francobollo ha il valore di 1 euro, metà francobollo vale 50 cent. e un quarto di francobollo 25 cent.: è questo il ragionamento che sta alla base dei frazionati, che accade di trovare però piuttosto raramente e soprattutto nel primo secolo di vita del francobollo. L'abitudine era abbastanza diffusa solo nello Stato Pontificio, ma un esame attento dei reperti esistenti consente di notare che si tratta quasi esclusivamente di francobolli applicati dagli addetti postali al retro delle corrispondenze, in veste di segnatasse: e viene da pensare che il frazionamento sia dovuto, più che a ragioni di necessità, al recupero fraudolento di parti di francobolli già usati.

In Italia e in quasi tutti i paesi del mondo quest'uso è vietato, ma è raro trovare esempi di questi frazionamenti non accettati dalle poste e tassati. Lo stesso si può dire dei francobolli impressi su cartoline e biglietti postali ritagliati e utilizzati come normali valori adesivi: i divieti in proposito non trovano



Forse il francobollo non era ben attaccato, oppure l'addetto alla bollatura si è accorto di qualcosa che sbucava da sotto il francobollo; fatto sta che il messaggio nascosto, che sa tanto di amoroso, è costato alla destinataria 80 centesimi e forse una lite in famiglia



L'ufficio postale di Borzoli nell'agosto 1911 doveva già essere senza segnatasse da 5 e 10 cent. (colpa della guerra e delle molte lettere di militari non affrancate, che pagavano in arrivo la tassa semplice di 15 cent.) e si trovò costretto a dimezzarne uno da 20 cent. su questa cartolina con corrispondenza sottoaffrancata



Un frazionamento del tutto ufficiale fu possibile nel Braunschweig, lo stato tedesco che nel marzo 1857 emise un francobollo da 1 groschen diviso (e divisibile a piacere) in quattro minifrancobolli, ciascuno da 1 quarto di groschen



Un francobollo ritagliato da un biglietto postale usato insieme a uno adesivo nel settembre 1920; malgrado la sua evidenza fu ritenuto valido da tutti gli uffici che maneggiarono la busta tra Milano e Trento

quasi mai applicazione nei non numerosi casi in cui il pubblico se ne avvale, ed è possibile vederne persino su lettere raccomandate.

La tolleranza degli addetti postali - almeno in passato, quando i controlli sull'affrancatura

funzionavano - dimostra una discreta comprensione verso i piccoli errori del pubblico, che dopotutto non si può pretendere che conosca norme e istruzioni postali, o sia abbonato alla *Gazzetta Ufficiale*.

Un falso del 10 grana per le Province napoletane, distinguibile quasi solo dall'irregolarità delle diciture, unico affrancatore di una lettera via mare diretta in Francia. Poiché gli alti valori erano in uso solo nei maggiori uffici postali, risulta evidente l'utilizzo dei falsi da parte di alcuni impiegati postali



Attenti ai francobolli matti

Se nella storia della posta mondiale la Spagna è al primo posto come numero di falsificazioni di carte-valori, spetta all'Italia il poco invidiabile record della prima falsificazione al mondo, grazie al veronese Gaetano Alberti che nel marzo 1853 mise in circolazione una sua personale versione dei francobolli del regno Lombardo-Veneto.

Notevole fu anche l'exploit dei falsari partenopei fra il 1858 e il 1863, che dovevano avere come spacciatori gli stessi impiegati dei più importanti uffici di Napoli, visto che erano presi di mira soprattutto i francobolli di taglio elevato; i francobolli borbonici da 10 e 20 grana falsi sono, allo stato di usati, quasi più comuni degli originali, e le imitazioni dei nuovi tipi delle Province napoletane iniziarono a circolare a neanche un mese dall'entrata in uso della serie!

Ma non esistono solo le imitazioni per frodare la posta, talvolta tanto diffuse da costringere l'Amministrazione a ritirare dalla vendita i valori originali (è accaduto ancora nel 1977-78 a dei valori della serie Siracusana e a una serie celebrativa); circolano infatti anche falsi di francobolli classici e rari per imbrogliare i collezionisti (i facsimili realizzati da Giovanni De Sperati nella prima metà del '900 sono persino strapagati dagli appassionati per la loro perfezione), e addirittura delle imitazioni di francobolli in corso create per entrambi i mercati, cioè per far passare per posta dei falsi da vendere poi ai collezionisti!

Un falso del 200 lire Siracusana con tanto di filigrana, anch'essa falsa, ottenuta stampando le stelle con inchiostro incolore oleoso



I francobolli col cappello in mano

Fare opere di bene è certamente meritorio, ma attraverso i francobolli non sempre ha dato risultati degni di nota. La prima idea di destinare in beneficenza l'incasso ottenuto dalla vendita di francobolli e interi postali è di San Marino, che nel 1894 vi destinò addirittura l'intero incasso dell'emissione celebrativa dell'inaugurazione del nuovo Palazzo pubblico, dedotte ovviamente le spese vive. La destinazione tuttavia non figura né sui francobolli né sulla cartolina postale e neppure sul bustone da 5 lire: un sistema rispettoso del pubblico e più volte seguito anche successivamente dalla piccola Repubblica, che preferiva detrarre la cifra da devolvere in opere buone dal ricavato dell'emissione.



L'idea del sovrapprezzo è invece australiana: nel 1897 il Nuovo Galles del Sud e subito dopo Victoria misero in vendita dei francobolli di grande formato, uno da 1 scellino e l'altro da 2 scellini e 6 pence, che però avevano un valore d'affrancatura rispettivamente di 1 penny e 2 pence e mezzo, ovvero un dodicesimo del loro costo: il più andava in beneficenza.

Tutti i Paesi, compresa l'Italia, seguirono poi questa strada, ma con sovrapprezzi normalmente più limitati, anche perché il pubblico non era sempre ben disposto a versare il suo obolo in questo modo. In Italia negli anni Trenta si costringevano praticamente le banche a utilizzare questi speciali valori mentre in Grecia, Romania e altri Paesi si fece ricorso a valori obbligatori,



Durante il ventennio fascista le banche furono tra gli utilizzatori forzati di francobolli con sovrattassa di beneficenza: a parte i filatelisti, ben pochi privati erano infatti disposti a spendere lire 6,90 per affrancare una raccomandata come questa, per cui ne bastavano 5,75

che in alcuni giorni dell'anno dovevano figurare sulle corrispondenze se si voleva che venissero inoltrate senza ritardo. A beneficiare dell'obolo postale non furono però solo opere di carità, ospedali e orfanotrofi; coll'andar del tempo riuscirono a ottenere il sovrapprezzo anche comitati organizzatori di manifestazioni varie ed enti più o meno culturali, mentre in Francia vi fece ricorso

persino il governo per pagare i debiti di guerra.

Per fornire un introito ai comitati promotori senza chiedere il sovrapprezzo in qualche caso si preferì consegnar loro una parte della tiratura da vendere ai collezionisti una volta che erano stati tolti di corso. In Italia il sistema ebbe inizio nel 1921, con la serie celebrativa dell'annessione della Venezia Giulia: la vendita dei tre francobolli



Una beneficenza di 2 soli lepta pro soldati feriti, ma obbligatoria in Grecia dal 1914 su tutte le corrispondenze ai primi di aprile, pena il ritardato inoltro. In Romania invece se il mittente non applicava il previsto francobollo le poste si rivalevano sul destinatario applicando l'apposito segnatasse di beneficenza

fu limitata a Trieste per una settimana, dopodiché oltre due terzi della tiratura venne ceduta "in beneficenza" a un Comitato triestino. Tre mesi dopo fu la volta della serie per il 6° centenario dantesco, approntata a cura e a spese degli stessi promotori, la Società azionale Dante Alighieri, che in cambio l'anno dopo ricevette metà della tiratura e si vendette tutte le prove e gli scarti di stampa. La cosa si ripeté con la serie Propaganda Fide, venduta solo per 3 giorni in 3 uffici postali romani, e con la serie Manzoni, in vendita per pochi giorni solo in due uffici di Roma e uno di Milano con forti limitazioni che portarono a code, risse e persino bagarinaggio. Ma il risultato peggiore fu che i quantitativi ceduti ai promotori finivano poi di colpo e in blocco sul mercato filatelico, rendendo queste serie invendibili per anni.

Nel 1935 si stabilì per legge che ai promotori spettasse solo il sovrapprezzo, per di più "contenuto entro limiti ristretti": i francobolli dovevano essere pagati per intero da tutti.

Negli ultimi decenni le proteste dei collezionisti, che finivano per essere gli unici a fare questa elemosina postale, e degli impiegati postali, costretti a una contabilità separata, e soprattutto gli scarsi risultati di vendita hanno finito per rendere le emissioni con sovrapprezzo di presunta beneficenza sempre più rare.

La pubblicità dentellata

Oggi può sembrare incredibile, ma fino a non molto tempo fa il rapporto fra la pubblicità e le carte-valori postali è stato piuttosto controverso, tra amore (per gli introiti extra) e odio (in chiave di privacy).

Già nell'Ottocento la pubblicità era attiva, anche se non ossessiva, così come le vendite per posta. E ditte e privati avevano facoltà di stampare qualunque cosa – esclusi insulti e oscenità, ma compresi annunci pubblicitari propri o altrui – su cartoline, buste, biglietti postali ecc. purché fosse rispettato il divieto di occupare il

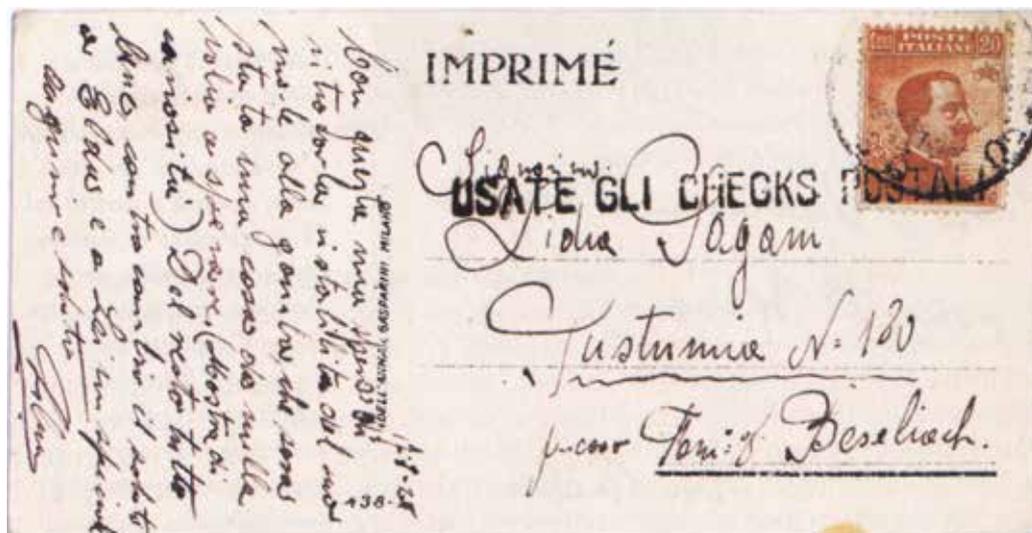
frontespizio delle cartoline postali (riservato fino al 1905 all'indirizzo) e di apporre diciture sopra o vicino al francobollo.

L'interesse per l'abbinamento poste-pubblicità è dimostrato dal fatto che i primi interi postali usati a tale scopo furono i fogli Mulready, apparsi nel maggio 1840 assieme ai primi francobolli: 20 compagnie di assicurazioni e una cinquantina fra banche, ospedali, scuole private, ferrovie, ditte e commercianti le sfruttarono subito per stamparvi propri avvisi, mentre altre 25 ditte o singoli le usarono per creare circolari pubblicitarie con inserzioni a pagamento. E già a fine Ottocento la pubblicità privata finì per solleticare gli appetiti delle Amministrazioni postali, disposte ad accettarla nei propri uffici, sulle cassette d'impostazione (l'Italia ci provò fin dal 1898 con le "colonnette" della ditta Baudi e C.) e sugli annulli meccanici, i libretti, le cartoline postali, i formulari per telegrammi e persino i francobolli. Anche se i primi pubblicitari al mondo lo furono alquanto timidamente, con la réclame al retro, impressa sotto la gommatura, a favore del solo mittente: la Nuova Zelanda l'adottò nel 1893, ma fu abbandonata già a metà 1894, e molto breve fu anche il contemporaneo esperimento inglese, limitato al sapone Pear.



Lo stato australiano di Victoria nel novembre 1895 provò a inserire un doppio annuncio su una sua cartolina postale, ma già a dicembre l'iniziativa fu abbandonata a causa delle proteste, forse dovute anche ai due prodotti reclamizzati – tabacco e birra – il cui uso era deprecato dalla buona società vittoriana.

Il primo serio esempio di francobollo pubblicitario apparve nel giugno 1908, quando la Svizzera sperimentò i cosiddetti *Kochermarken*, ispirati ai francobolli applicati privatamente su



Uno dei primi bolli italiani di pubblicità, indicativo dell'esterofilia già allora in vigore e che in seguito il fascismo tenterà di debellare spesso in modi assurdi

un supporto sponsorizzato e dentellato, allora in voga: il formato dei normali francobolli fu aumentato in modo da potervi stampare tutto attorno una cornice di testi pubblicitari in vari colori. Ma non funzionò: dopo i Magazzini Kocher non vi furono altri clienti.



prima a cartoline e biglietti postali, nel 1919, poi nel 1923 agli annulli e l'anno seguente ai francobolli. Inizialmente la pubblicità venne introdotta per favorire la Croce Rossa Italiana, ma in seguito si preferì tenere l'incasso a favore delle poste, allora con i conti in rosso. E nei francobolli fu sistemata in un'appendice che, contrariamente a quanto previsto anche dall'UPU, non era separabile mediante perforazione, diventando parte integrale della carta-valore. E allora apriti cielo!

Maggior séguito ebbe invece l'emissione di valori adesivi con la pubblicità sui margini del foglio, che non coinvolgeva direttamente il francobollo e poteva essere staccata facilmente dall'utilizzatore: l'idea venne lanciata dalla Baviera nel 1912, seguita da Germania, Danimarca.



Belgio, Francia (che però fu sommersa di proteste quando il nome del formaggio *La vache qui rit* apparve sotto il francobollo raffigurante

Giovanna d'Arco) e altri Paesi, e infine ammessa anche dall'Unione Postale Universale.

Ma la Grande guerra sconvolse il mondo su tutti i fronti, anche quello postale. Così alla fine la pubblicità entrò direttamente e senza nessun problema nelle carte-valori postali. In Italia toccò



Non tanto per l'accostamento del re a bevande e biancheria o a domande imbarazzanti come *L'avete provato?* Stavolta le proteste fioccarono, sia da parte del pubblico che della stampa, perché si violava la privacy trasformando la corrispondenza in veicolo pubblicitario, magari a favore di un concorrente. E il clamore fu tale che la distribu-



Fra gli inserzionisti delle cartoline postali italiane non vi furono solo aziende e commercianti ma persino il Partito fascista, pronto a usare ogni mezzo allora disponibile per prendere il potere nelle elezioni del 1924, anche se la concomitante presenza di annulli con targhetta pubblicitaria poteva distogliere l'attenzione

zione e la produzione fu quasi subito sospesa e nel maggio 1925 venne addirittura vietata ogni forma di pubblicità sulle carte-valori postali. Dopo la Seconda guerra mondiale in realtà fu ripresa, sempre per ragioni economiche, ma funzionò solo in versione annullamento postale: sulle cartoline postali dal 1950 al 1952 trovò tre soli inserzionisti.

Poi però la pubblicità trovò il modo di entrare direttamente nella vignetta del francobollo, di solito per promuovere prodotti nazionali, prima



sporadicamente – il caffè in Costa Rica e in Guatemala – e dagli anni Ottanta in modo sempre più massiccio, anche

se talvolta camuffato da commemorazione: uno dei primi casi fu la serie britannica dedicata all'auto, con tanto di marche e ultimi modelli. Oggi la pubblicità nei francobolli è la normalità, come sulla stampa, in televisione, sui monitor e dappertutto.

Premere, imbonire, convincere

Le possibilità propagandistiche delle carte-valori postali emergono con chiarezza durante la prima Guerra mondiale, soprattutto attraverso le cartoline militari in franchigia che dopo la batosta di Caporetto vengono usate per incitare gli animi dei soldati e delle loro famiglie.

A partire dagli anni Venti, soprattutto negli Stati in cui impera una dittatura, francobolli e interi postali si piegano alle necessità politiche di propaganda, sia attraverso le celebrazioni (in Germania dal 1938 si ricorda annualmente con un francobollo anche il compleanno di Adolf Hitler), sia riportando frasi più o meno storiche, slogan e incitamenti talvolta ridicoli.

La propaganda non è sempre esplicita, come mostra l'uso del latino nei francobolli italiani del

Ventennio. Specie considerando che fra le due guerre buona parte della popolazione aveva poca dimestichezza persino con l'italiano, l'uso intensivo di frasi nella lingua dei Cesari non solo nei francobolli dedicati a Virgilio, Orazio e Tito Livio, ma persino in alcuni valori per il decennale della Marcia su Roma e a favore della Milizia acquista un valore soprattutto ideologico e propagandistico: radicare un sentimento di *grandeur* fondato sugli antichi trascorsi imperiali, che si volevano ripetere in versione rammodernata. Mentre nella serie del 1937 dedicata ad Augusto (o meglio alla Mostra della Romanità aperta a Roma per il bimillenario della nascita di Augusto) le citazioni dalle *Res Gestae Divi Augusti* – “*feci il censimento*”, “*conquistai l’Africa*”, ecc. – diventano autocelebrazioni di Mussolini, il nuovo Cesare. Senza contare gli evidenti scopi bellici della celebrazione di Tito Livio nel 1941, le bandelle aggiunte a tre francobolli ordinari nel 1942, e il tamburino della serie ordinaria della Repubblica Sociale Italiana, la quale con quell’*Hostium rabies diruit*, la rabbia nemica distrusse, nel caso del Duomo di Palermo operò praticamente un falso.

Comunque la propaganda politica svolta tramite i francobolli si ritrova praticamente in tutti i paesi, talvolta tramite celebrazioni particolari, in alcuni casi in tutta evidenza, come per l’Unione Sovietica fin dal suo esordio.

La diplomazia in valigia

Che la corrispondenza dei diplomatici non debba essere controllata dai censori fu stabilito ufficialmente sin da quando venne imposta la censura postale, con i primi conflitti del Novecento. E per estensione la “valigia diplomatica” non è mai stata soggetta alle norme della privativa postale, in nessun Paese, anche se sovente viene usata per il trasporto di corrispondenze del tutto private. Solo in arrivo nel Paese di destinazione la posta “diplomatica” diventa posta normale, inoltrata al destinatario a mezzo dei canali ufficiali: in franchigia quella d’ufficio, affrancata o con tassa a carico quella personale.

Ma gli interventi della diplomazia in campo postale non si limitano a questo. Soprattutto nell’Ottocento ambasciate e consolati hanno sovente offerto veri e propri servizi postali ai locali residenti dei rispettivi Paesi, specie nel settore del bancoposta, quando addirittura non hanno dato vita a veri uffici di posta.

Soprattutto durante la Guerra fredda alcune serie – come quelle per i Rifugiati – sono state messe al bando da alcuni Paesi che le giudicavano propaganda a loro ostile: alla frontiera le corrispondenze che giungevano dall’estero affrancate con quei valori (compresa quelli italiani con un innocuo dettaglio dell’Incendio di borgo di Raffaello) venivano respinte al mittente.





Forse non c'era granché da censurare in questa lettera di un ministro di Svezia ad una signorina di Assisi, ma il bollo apposto dall'ufficio postale di Roma Centro precludeva ogni possibilità di errore

La diplomazia è anche all'origine di un eclatante caso di storia postale: quello che ha per protagonista il francobollo da 205 lire rosa emesso nel 1961 in occasione del viaggio del Presidente della Repubblica Italiana in Sud America. Posto in vendita il giorno di Pasquetta, venne ritirato il mattino seguente a causa di un errore nel disegno che aveva causato le proteste dell'Ambasciata

peruviana (il bozzettista aveva utilizzato un vecchio atlante in cui il Perù presentava dei confini più ristretti del dovuto) e fu sostituito a tempo di record con un nuovo francobollo corretto, stampato in grigio. Per evitare che in Perù arrivasse la versione sbagliata, le Poste ricoprirono a proprie spese con il nuovo tipo gli esemplari in rosa applicati sulle lettere aeree che nel frat-



Un esempio di corrispondenza trasportata con la valigia diplomatica: protocollata dal consolato italiano a Parigi il 3 maggio 1939 con il n. 43 della spedizione n. 101, arriva con mezzi non postali a Roma dove viene messa in posta munita del contrassegno di franchigia del ministero degli Esteri (se di natura personale sarebbe stata regolarmente affrancata)



Il Gronchi rosa che tanto scalpore suscitò anche fuori del mondo filatelico e postale, in realtà più per le modalità di vendita che per l'errore cartografico, evidenziato a fianco. e quello su busta con il valore in nero sovrapposto a cura delle stesse poste che rappresenta un caso di correzione postale unico al mondo



tempo erano affluite a Roma per essere inoltrate in Sud America con l'aereo presidenziale. E da questo punto di vista la faccenda del Gronchi rosa-nero rappresenta l'unico caso al mondo di autocensura postale.

Gli affari sono affari

Favorire il servizio postale, o il proprio servizio

postale, è un imperativo di tipo commerciale a cui neppure le Poste hanno potuto sottrarsi. Tra fine Ottocento e i successivi anni Venti, quando non vi erano ancora altri mezzi di comunicazione a fare concorrenza alla posta, fu negli uffici postali del Levante che si sviluppò la contesa per accaparrarsi i clienti, a suon di sconti sui francobolli: gli uffici postali d'Italia, Francia, Gran Bretagna,



Un francobollo turco da 1 piastra venduto a prezzo scontato (da cui la soprastampa rossa Behié) e regolarmente usato su corrispondenza per l'estero

Germania, ecc. giocavano infatti sul cambio per vendere sottocosto i loro valori e rendere quindi più conveniente la spedizione di lettere e pacchi in tutto il mondo per loro tramite.

E le Poste turche partirono al contrattacco vendendo i francobolli più usati per affrancare lettere e pacchi per l'estero con tanto di sconto del 20% sul valore facciale, dopo averli soprastampati (con *Behié*, sconto) perché non li si potesse usare per l'interno.

Più di mezzo secolo dopo la concorrenza prese prima il nome di telefono, poi di corrieri privati e di liberalizzazione. Per contrastare il calo nell'invio di messaggi per posta, alcune Amministrazioni postali hanno cominciato ad utilizzare le stesse regole di marketing impiegate dalle aziende private.

In questo senso la Royal Mail britannica è stata un'anticipatrice: con i francobolli augurali, studiati per invogliare il pubblico a spedire auguri scritti, con i libretti di francobolli (molto diffusi nel Regno Unito) che consentivano di ottenere gadget tutti legati alla scrittura e all'uso della posta, o di partecipare a concorsi, e per primi

recarono il codice a barre per la vendita anche nei supermercati. Il Giappone ha scelto la via dei concorsi, con ricchi premi fra tutti gli utilizzatori di francobolli e soprattutto di cartoline postali, appositamente numerati per consentire l'estrazione.

La Nuova Zelanda è arrivata al *gratta e vinci* tramite francobolli e agli omaggi esclusivi (speciali foglietti) con la raccolta punti.

Oggi la trasformazione delle Amministrazioni postali in Società per Azioni ha reso la concorrenza e le regole del marketing degli elementi industriali del tutto normali. Anche se in Italia nel settore delle carte-valori ciò avviene in maniera anomala, essendo queste soggette a un ministero, e quindi a logiche politiche e burocratiche.

La posta si scusa

Anche nella migliore delle Amministrazioni postali, anche negli uffici più diligenti, anche nei servizi di trasporto più tranquilli, l'incidente è sempre in agguato. Specialmente quando c'era una guerra in corso e le linee ferroviarie andavano soggette a bombardamenti, e talvolta



Alcune corrispondenze disastrose, molto spesso senza francobolli e talvolta recapitate in altre buste, con timbri e cartellini di scusa



In questo caso a funzionare male non è solo la macchina bollatrice: nel gennaio 1948 a Torino sono ancora in uso i suggelli con intestazione "regie poste"

i "partigiani" assaltavano i treni e sequestravano tutto, posta compresa. In questi casi è una questione di buona educazione per le poste spiegare al destinatario le ragioni che hanno ritardato o talvolta semidistrutto la corrispondenza a lui diretta. Dopotutto basta un timbro, un'etichetta, e al massimo una busta (naturalmente in franchigia) per i casi in cui la corrispondenza è troppo malridotta.

In mancanza di spiccioli

Il francobollo è una carta-valore, e proprio per questo può – all'occorrenza – trasformarsi in moneta, viaggiando di mano in mano al posto degli spiccioli, sia sciolto che racchiuso in capsule di latta, in gettoni di cartoncino o di plastica, in bustine trasparenti.

Il primo esempio di francobolli-moneta si ebbe nel 1862 negli Stati Uniti durante la Guerra di Secessione, quando per sopperire alla carenza di monete di piccolo taglio il Congresso stabilì l'emissione di *postage currency*, moneta postale, e il ministro del Tesoro Francis Skinner mise in circolazione francobolli applicati o stampati su cartoncino nei tagli da 5, 10, 25 e 50 cents.

Un venditore di macchine da cucire di Boston, John Gault, perfezionò subito l'idea e la trasformò in affare, con tanto di brevetto: i francobolli venivano incapsulati entro dischetti metallici

con decorazioni pubblicitarie, protetti da una lamella di mica trasparente. Una trentina di ditte aderì all'iniziativa, facendo imprimere in rilievo marchi e messaggi al retro dei dischetti, che contenevano francobolli ordinari dall'1 al 90 cent.



L'idea fu in seguito ripresa in vari paesi: in Italia fu introdotta fra il 1919 e il 1923 dalla ditta Solari di Milano, che produsse gettoni in alluminio imbutito e celluloidi con una ventina di pubblicità diverse, contenenti francobolli da 5, 10 o 25 centesimi.



Altri gettoni apparvero tra il 1944 e il 1947, con francobolli messi in astucci di cartone rettangolari (tra cui uno molto indicativo del momento, con la pubblicità di un antiparassitario), o tondi con il bordo in latta e persino fusi nella celluloidi (e quindi inutilizzabili per posta). Altri ancora comparvero tra il 1965 e il 1975 sigillati in tondelli di plastica o anche infilati in semplici bustine di plastica trasparenti con o senza dicitura (solitamente di autostrade).

Questi francobolli incapsulati, per quanto pressati o con gli angoli piegati, hanno avuto



comunque una vita migliore dei loro fratelli usati ugualmente come spiccioli, ma senza alcuna protezione; dopo essere passati di mano in mano fra tasche e borsellini, se usati per posta dall'ultimo che li aveva ricevuti come resto si riconoscono subito per lo stato decisamente pietoso in cui sono ridotti!

Problemi e sciagure di guerra

Una guerra è sempre un disastro, anche per le comunicazioni. E se nell'Ottocento, con i conflitti che coinvolgevano solo poche nazioni, era possibile aggirare la chiusura delle frontiere fra due paesi in guerra avviando la corrispondenza

attraverso un terzo stato non belligerante (nel 1859 e nel 1866 per inviare una corrispondenza dall'Italia in Austria, o viceversa, la si spediva per via di Svizzera, pagando solo un po' di più), nel Novecento le guerre mondiali hanno impedito per tutto il tempo ogni contatto diretto, se si esclude il caso dei prigionieri di guerra, che fra l'altro godevano di franchigia. I tentativi di triangolazione, indirizzando le corrispondenze ad appositi enti o persone residenti in paesi neutrali, erano di solito noti anche ai servizi di *intelligence* dei paesi in guerra, che spesso ne consentivano il funzionamento solo per poter ottenere informazioni. In pratica solo tramite la Croce Rossa

Un modulo per messaggi tramite la Croce Rossa di Ginevra utilizzato nel novembre 1943 per comunicare fra Pontagnano (Salerno) e Verona, quando la linea del fronte aveva tagliato in due la penisola italiana. Questi moduli in carta velina che comprendevano anche la risposta (la quale appare al retro, datata 5 giugno 1944) erano venduti alla posta a ben 15 lire l'uno

Mod. 3
Message

103 2012

N. _____

Demande de la Croix-Rouge Italienne
COMITÉ INTERNATIONAL DE LA CROIX-ROUGE
GENÈVE (Suisse)

RICHIEDENTE — DEMANDEUR — ENQUIRER

Cognome - Nom - Name PIANCASTELLI

Nome - Prénom - Christian name GIUSEPPE

Indirizzo - Adresse - Address Via Emilio Selgari 7

Paese - Pays - Country VERONA

Testo da trasmettere - Message à transmettre - Message
(Non più di 25 parole - solo notizie familiari) — (25 mots au maximum - nouvelles de caractère strictement personnel et familial) — (Not over 25 words - family news of strictly personal character).

Sono preoccupato mandandomi notizie che spero sempre buone, prego valermele comunicare.

Desidero pure notizie suoi Fratelli, famiglia Crudele. Noi tutti bene. Auguri vivissimi saluti affettuosi

Data - Date 10 novembre 1943

DESTINATARIO — DESTINATAIRE — ADDRESSEE

Cognome - Nom - Name CILENTO

Nome - Prénom - Christian name AUGUSTO

Indirizzo - Adresse - Address PONTECAGNANO

Paese - Pays - Country PONTECAGNANO (Salerno)

RISPONDERE A TERGO RÉPONSE AU VERSO REPLY OVERLEAF
Si prega di scrivere leggibilmente Prière d'écrire lisiblement Please write clearly

3 MAI 1944

Internazionale era possibile comunicare al di là della linea del fronte, usando appositi moduli.

Ma gli effetti più devastanti ed evidenti di una guerra sono quelli che investono l'economia, so-

prattutto a livello di inflazione monetaria, di cui i tariffari postali sono una perfetta esemplificazione, ben leggibile e verificabile nelle affrancature delle corrispondenze spedite nei dopoguerra.

Ma tra dolori e misfatti, brutalità e genocidi la



Gli effetti devastanti della guerra sull'economia di un paese sono ben evidenziati dalla posta: per spedire delle semplici stampe da Lipsia a Milano, nell'ottobre 1923 furono necessari almeno 82 milioni di marchi, e di lì a poco la tariffa sarebbe arrivata a miliardi

posta può mostrarci e dimostrare anche momenti di umanità e convivenza civile, come cartoline o biglietti postali inviati ad estranei con notizie di loro famigliari deportati in Germania.

L'occhio della patria

Evitare o limitare la circolazione di notizie e idee contrarie agli interessi dello Stato o delle autorità del momento è sempre stato un chiodo fisso di sovrani, imperatori e dittatori, ma fino a tutto l'Ottocento la censura non è mai stata



Vostro figlio che si trovava
a Bolzano e rimasto prigioniero
Sai biserchi. Sta bene e saluto
D'accordo Antello
Ointo Casomaggiore
(Venezia)

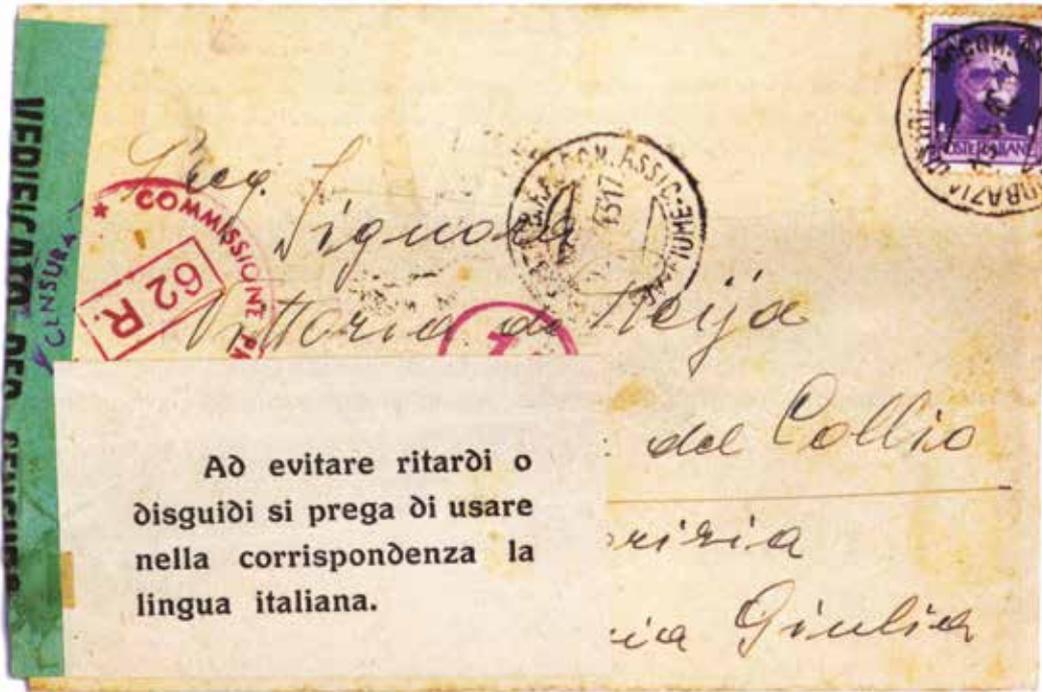
Sto bene appena
però mi sento
~~meno~~ meno
marito

ELMIT

21. 9. 43

Signora,
come vedete
vostro marito è passato
per Venezia, gode ottanta
salute, vi manda i più
affettuosi saluti con un
buon amichevole.
Quando avete notizie
vi prego farmi sapere.
Wilmig Juto

Messaggi inviati per informazione e solidarietà ai famigliari di deportati in Germania dopo il fatidico 8 settembre 1943, da parte di persone che li avevano conosciuti magari casualmente o avevano trovato un loro bigliettino tra i binari di una stazione



Anche la censura ha le sue esigenze: ad esempio di non trovarsi davanti a testi in una lingua sconosciuta o poco nota, come il tedesco e lo sloveno usati in questa lettera del maggio 1943 da Abbazia a Gorizia

ammessa sulle corrispondenze – almeno ufficialmente – in quanto in contrasto con il principio dell’invulnerabilità del segreto epistolare: anche fra due paesi in guerra era possibile far viaggiare lettere, semplicemente facendole transitare da un paese neutrale. È nota però l’esistenza dei cosiddetti *Gabinetti neri* in cui re e signorotti fa-

cevano aprire, leggere e poi risigillare in segreto le lettere di persone sospette, così come negli anni ‘30 il fascismo istituì il *Servizio statistica* presso le prefetture e il *Servizio informazioni militari* con compiti di controllo non ufficiale sulle corrispondenze civili e di soldati operanti fuori d’Italia.



La censura continua talvolta a operare anche dopo la fine dei conflitti, specie per i paesi vinti, come mostra questa lettera commerciale dell’ottobre 1945 diretta in Belgio e respinta in attesa di precisazioni con allegato foglietto dattiloscritto di spiegazione

Fu solo con l'inizio del Novecento, e soprattutto in occasione della Grande Guerra, che venne ufficialmente introdotto il concetto di censura, in nome della sicurezza dello Stato. Escluse le corrispondenze ufficiali e quelle del corpo diplomatico, tutta la posta da e per l'estero e quella delle province in zona di guerra o vicine ai confini, oltre che lettere e cartoline scambiate tra i militari e le loro famiglie, doveva essere controllata: frasi o indicazioni giudicate pericolose – come il riferimento da parte dei militari al luogo in cui si trovavano – venivano cancellate, e il controllo segnalato dal bollo distintivo di ogni censore, oltre che dall'apposita fascetta usata per risigillare le lettere.

Nella seconda guerra mondiale la censura postale fu nuovamente introdotta in Italia anche per ottenere informazioni sul morale delle truppe e della popolazione; furono inoltre modificate alcune norme postali, vietando ad esempio l'uso della carta quadrettata (poteva essere usata per

scrivere in codice), di biglietti postali e di cartoline con foto di località italiane, e imponendo di consegnare personalmente agli uffici postali le lettere per l'estero per il controllo delle generalità del mittente. In compenso dal febbraio 1942 furono introdotti i bolli indicanti il prelievo e la restituzione delle lettere controllate, per giustificare eventuali ritardi. Dopo l'8 settembre 1943 le corrispondenze furono soggette anche alla censura tedesca, mentre nel Sud il controllo fu assunto dagli Alleati, che però lo svolsero non su tutta la posta ma a campione.

Non solo auguri dal portalettere

La mancia al portalettere o al fattorino del telegrafo è da sempre vietata, e a ribadirlo si sono avuti in passato anche timbri e diciture a stampa su vari moduli usati dalle poste e soprattutto dai telegrafi.



Un calendarietto postale del 1917, più piccolo del solito per problemi di guerra (la carta), contenente un elenco delle provincie già in base alle sigle delle automobili; un sonetto offerto dai portalettere in cambio di una mancia di capodanno, e una cartolina postale fatta stampare dagli imperial regi fattorini di Trento allo stesso scopo

Ma un tempo, almeno per le feste di Natale, un piccolo riconoscimento per il lavoro svolto con zelo, spesso in condizioni disagiati (soprattutto quando non c'erano ascensori, e la mancanza di asfalto rendeva le strade un pantano in caso di pioggia) proprio non ci stava male; specie considerando che la tredicesima non era ancora stata inventata.

Nacque così verso il 1870 l'idea di offrire alle famiglie, in cambio di una somma lasciata alla munificenza dei singoli, un calendario postale, ovvero un cartoncino da appendere o un volumetto che, oltre all'elenco dei giorni con santi e fasi della luna, riportava informazioni sui servizi postali e telegrafici, e relative tariffe. Qualche portalettere più creativo - o che non voleva ricorrere alla produzione di editori specializzati - si faceva invece stampare dei biglietti augurali, talvolta con disegni o poesie sul duro mestiere del

postino, mentre altri più intraprendenti tentarono di estendere l'idea degli auguri strappamancia anche alla Pasqua e alle vacanze estive.

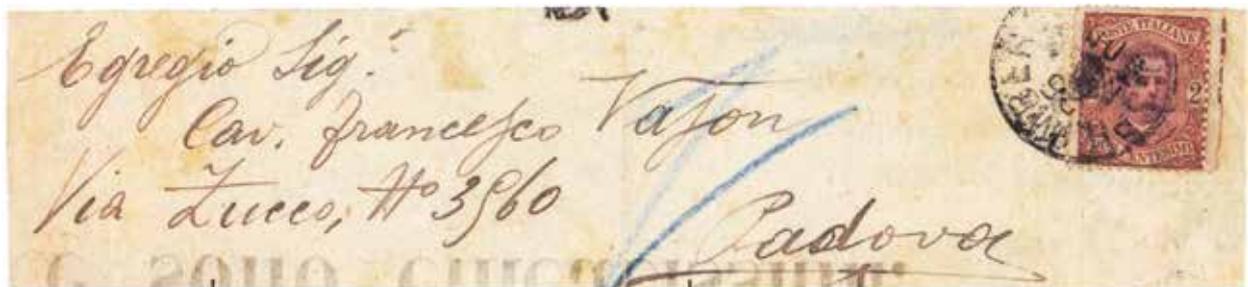
L'arte dell'affrancatura

Nel grande filone dell'Arte concettuale, nei primi anni Sessanta a New York nacque anche la Mail Art, una forma artistica imperniata sull'utilizzo della posta come mezzo di espressione mediante un regolare ma creativo impiego di oggetti, francobolli e annulli postali, e delle stesse norme postali. Ebbe un notevole successo soprattutto nei decenni seguenti attraverso manifestazioni a tema alle quali chiunque poteva partecipare inviando le sue opere che diventavano "postali" proprio attraverso l'inoltro per posta.

Ma la creatività dei mittenti è cosa ben più antica, come provano tante buste e cartoline illustrate a mano, soprattutto nell'Ottocento; a



Un esempio di arte postale realizzato in occasione della mostra di Mai(a)l Art *I porci comodi* tenutasi a Reggio Emilia nel 1982 e realmente incentrato su un servizio postale



C'è persino chi si inventa nuovi francobolli, come questo da 2 cent. con al centro, al posto dello stemma, l'effigie reale ritagliata da un esemplare da 10 cent.

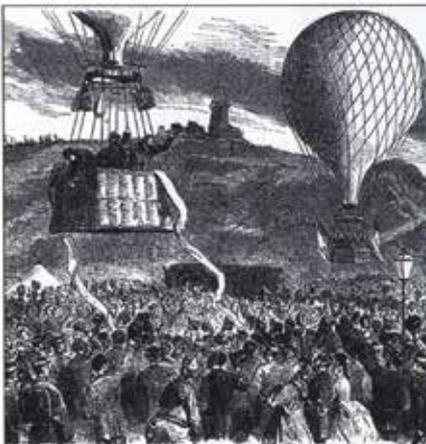
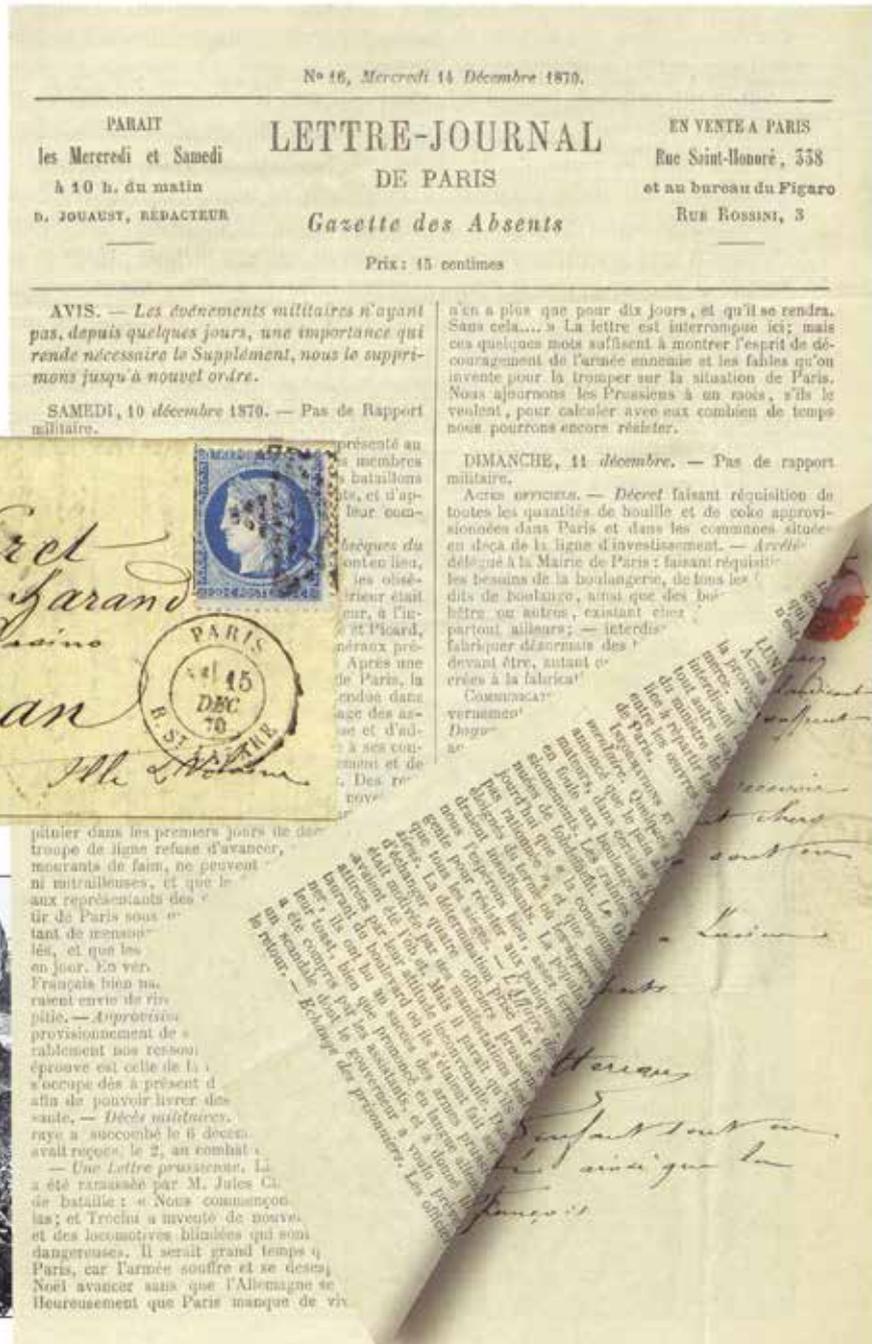
esempio di servizio aeropostale notturno.

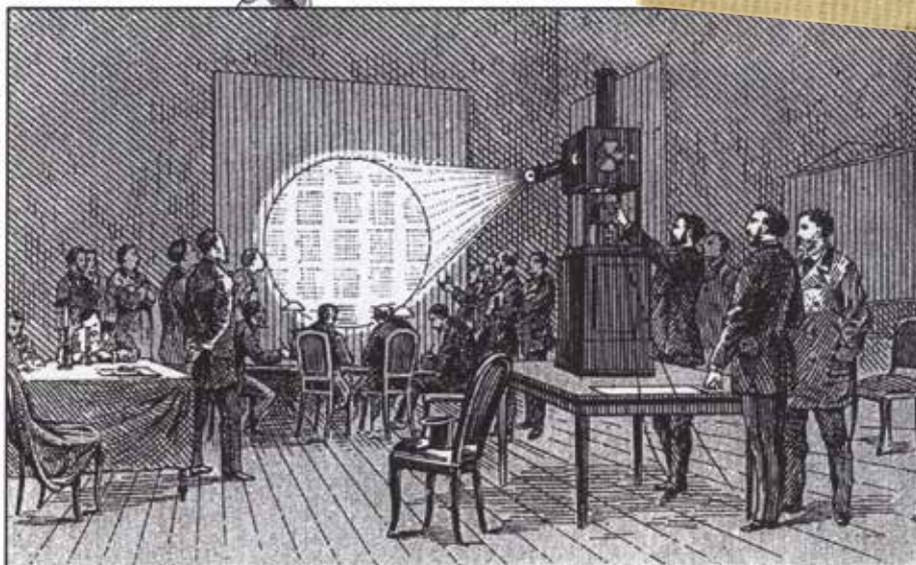
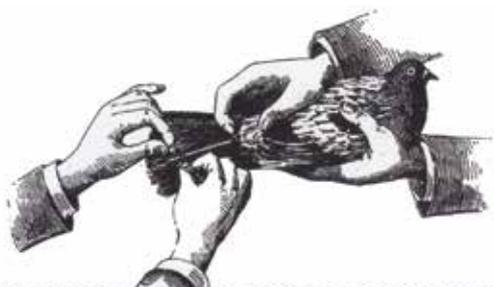
Ben più arduo fu invece il far pervenire la posta nella Parigi assediata. Tra i vari sistemi sperimentati, nel gennaio 1871 furono anche usate le sfere galleggianti, delle *boules* di zinco del diametro di circa 20 cm e munite di alettoni che, dopo essere state riempite di lettere e sigillate, venivano gettate nella Senna a monte della Capitale. La corrente le trasportava sotto il pelo dell'acqua fino a Parigi, dove dovevano essere ripescate con reti speciali alla Port-à-l'Anglais. Per l'inserimento in queste sfere era richiesta una sovrattassa di 80 centesimi per lettera di non più di 4 grammi, a favore degli inventori Robert Delort e Vonoven, e sulla soprascritta doveva figurare l'indicazione *Par Moulins, Alliers*. Il servizio però fu un vero fiasco: la prima *boule*

venne ritrovata solo il 26 marzo 1871, dopo la fine dell'assedio, una il successivo agosto, altre nel 1872, 1873, 1876, 1910, 1955 e una cent'anni dopo, nel 1980.

Maggior successo ebbe invece un mezzo di trasporto fra i più antichi, il piccione viaggiatore, anche se in versione d'avanguardia. I volatili, portati fuori dalla Capitale con i *ballons montés*, tornavano poi al luogo di partenza portando messaggi infilati fra le penne della coda. Inizialmente il servizio era riservato ai messaggi governativi, ma in seguito poté essere esteso anche a brevi comunicazioni dei privati grazie all'impiego di microfilm. Una volta arrivati a Parigi i *collodion* con le foto dei messaggi venivano proiettati ingranditi con un episcopio per essere trascritti e poi recapitati ai destinatari.

Per l'uso postale dei *ballons montés* furono anche editi giornali in miniatura con le ultime notizie della Parigi assediata e una pagina libera per il messaggio. In basso un'incisione tratta dal *Monde illustré* del 7 ottobre 1870 con la partenza dei ballon *Armand Barbés* e *George Sand*, intestati come di consueto a personaggi illustri





Un *collodion* originale in formato reale; era arrotolato e racchiuso in un tubicino che poi veniva legato alla coda del piccione. L'operazione di trascrizione dei messaggi avveniva all'arrivo in una sala delle poste centrali di Parigi, come mostra un'incisione dell'epoca

L'importanza assunta dai *ballons* e dai piccioni durante l'assedio fu tale che nel gennaio 1906 fu inaugurato persino un monumento in loro onore, opera di Auguste Bartholdi, lo stesso della statua della Libertà e della Tour Eiffel.



Una lettera diretta nella Parigi assediata e ritrovata in una *boule* ripescata nel 1955: tutte queste corrispondenze risultano più o meno danneggiate dall'acqua infiltratasi all'interno della sfera

Gli influssi reciproci

Quando anche i re si mettono a collezionare francobolli, e a farlo sono figli e nipoti della Regina Vittoria, vuol proprio dire che questa passione è qualcosa di più di un passatempo per ragazzini o di una mania da vecchi signori eccentrici. E se quasi ogni Paese importante vanta un proprio Museo postale – il primo nucleo di quello italiano fu costituito nel 1894 da Emilio Diena, allora bibliotecario al ministero delle Poste e Telegrafi – e una sezione dedicata ai francobolli era compresa persino nel British Museum di Londra, insieme al frontone del Partenone e alla stele di Rosetta, si ha la conferma che il francobollo e la posta sono parte integrante della storia e della cultura.

Se infine si considera che filatelia e storia postale hanno un mercato mondiale, che tocca praticamente ogni nazione e ogni ceto sociale, con una rete di negozi, vendite, aste in grado di





La soprastampa celebrativa del 4° centenario del Concilio di Trento, completa di sovrapprezzo pari al facciale, applicata da un commerciante sull'intera serie Democratica nel dicembre 1945. Il consenso all'emissione, che la Società Filatelica Trentina aveva ottenuto da un esponente locale dell'AMG, fu quasi subito sconfessato dall'AMG Regione Venezia, e in seguito le poste italiane dovettero intervenire per bloccare il commerciante che li vendeva ai filatelisti come "non emessi"

accontentare sia l'acquirente del francobollo da poche lire che il collezionista di rarità disposto a spendere più di un miliardo di lire per un 3 lire di Toscana su busta, si potrà capire che si tratta del fenomeno antiquariale (o di modernariato) più diffuso al mondo, supportato da un network di club di appassionati, riviste e pubblicazioni specializzate, esposizioni e manifestazioni commerciali che nessun altro hobby ha finora potuto vantare. E questo ormai da più di un secolo, visto che le prime riviste del settore iniziarono ad apparire quando la capitale d'Italia era ancora Torino.

Naturalmente il diffondersi della passione filatelica ha portato con il tempo a un influsso sulle poste e sulla politica di emissioni delle carte-valori. Gli stati hanno pian piano scoperto di essere produttori di un oggetto da collezione, che può offrire margini di guadagno non indifferenti quando l'appassionato non lo utilizza postalmente o lo fa annullare senza richiedere effettivamente un servizio.

Se nell'Ottocento e fino agli inizi del Novecento gli stati hanno voluto francobolli belli e raffinati perché diffondevano l'immagine della nazione o del sovrano in carica, dalla fine dell'Ottocento hanno cominciato a volerli gradevoli e interessanti per attrarre anche l'interesse dei collezionisti. Sono state addirittura inventate carte-valori ad uso quasi esclusivo dei filatelisti, come i foglietti, o riservate solo a loro, come il francobollo tedesco del 1943 da 3 + 2 pfennig indispensabile

per ottenere annulli speciali; sono nati oggetti del tutto nuovi come le *cartoline maximum*, in cui illustrazione, francobollo e annullo sono praticamente identici, o le *buste primo giorno*, con disegni e testi esplicativi e i francobolli ben annullati con il timbro speciale del primo giorno d'emissione; e in Italia i comunicati sulle nuove emissioni dal 1954 sono diventati *bollettini illustrativi* con i francobolli riprodotti al naturale, un testo firmato da esperti, promotori o politici, e un prezzo di vendita.

Ma il francobollo come prodotto da collezione non ha interessato soltanto i governi; anche i privati hanno provato a "emettere" francobolli. Alcuni hanno approfittato del tempo di guerra, soprattutto l'ultima, per applicare fantasiose soprastampe sui valori in corso, tentando poi di farle passare per posta (e per buone) o anche solo giocando sulle scarse comunicazioni filateliche del momento per venderle ai collezionisti più ansiosi. Altri, soprattutto ai tempi salgariani in cui dei paesi più lontani si sapeva ben poco, hanno addirittura creato e messo in circolazione francobolli di stati tanto esotici quanto inesistenti, dall'Haggar all'improbabile Regno di Sedang.



E dalla seconda metà del Novecento sono alcune spregiudicate Agenzie filateliche a creare francobolli che nei paesi di cui recano il nome non hanno mai messo dentello.