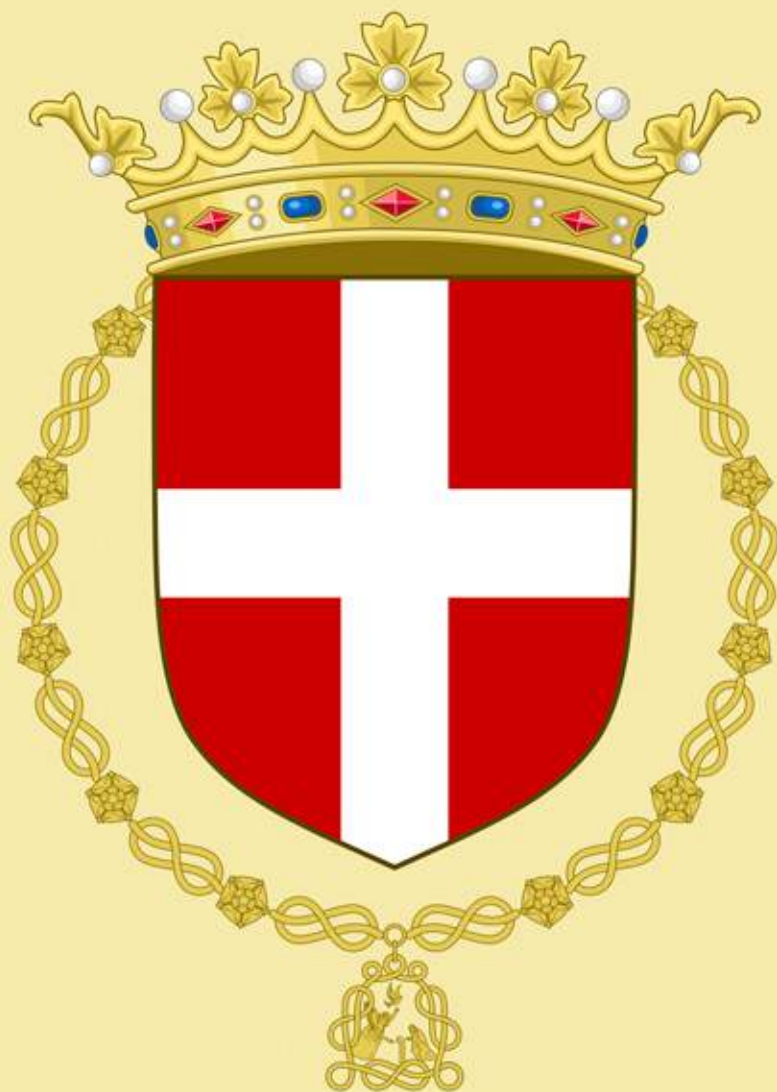


REGNO D'ITALIA



Francobolli Pubblicitari
100 anni di ardito fascino

SINTESI STORICA

Il 20 settembre 1923 il Ministero delle Poste autorizzava l'aggiunta di una vignetta pubblicitaria ad alcuni tipi di francobolli riproducenti l'effigie del Re (!) ad eccezione dei commemorativi.

Gli inserzionisti avrebbero pagato 0,005 Lire per francobollo con un minimo di 100.000 pezzi, anche se le tirature sono risultate decisamente più basse.

L'asta per la concessione della pubblicità venne vinta dalla ditta romana "Guastella & Poggi" offrendo all'Amministrazione Postale il 61% del proprio utile netto (la gara prevedeva almeno il 60%). La ditta appaltata calcolò le spese in 1,50 Lire ogni mille pezzi prodotti, offrendo alle ditte interessate a farsi promozione tariffe variabili dalle 800 Lire per mille esemplari fino a 50 mila Lire per una tiratura di 10 milioni di esemplari.

La direttiva U.P.U. (Unione Postale Universale) stabiliva che le appendici pubblicitarie fossero separabili dal francobollo per mezzo di perforazione; tale sistema, come vedremo, non fu adottato in quanto le ditte interessate temevano che la perforazione avrebbe indotto gli utenti a staccare la parte inferiore, rendendo inutile lo scopo stesso dei nuovi francobolli.

Tuttavia fu comunque obbligata l'adozione della normativa U.P.U. che prevedeva l'asportazione delle vignette per le corrispondenze dirette all'estero.

La stampa dei francobolli avvenne presso l'Officina Carte Valori di Torino in fogli da 50 esemplari, con un processo di stampa in due passaggi in macchina a righe alterne. Nel primo venivano stampate le 50 effigi, mentre le vignette pubblicitarie venivano impresse nel secondo passaggio.

Il primo francobollo pubblicitario posto in circolazione è il Piperno sul 50 centesimi Michetti, in data 3 novembre 1924 al quale seguirono tutti gli altri tra i mesi di novembre e di dicembre dello stesso anno.

La vendita venne interrotta il 7 luglio 1925 e restarono in corso fino ad esaurimento delle scorte presso gli Uffici e le Casse Provinciali.

PIANO DELLA COLLEZIONE

I francobolli pubblicitari vengono spesso considerati un'appendice alla collezione principale di Regno; nonostante godano di bellissimi colori e di un fascino liberty che li eleva ad essere probabilmente i francobolli più belli di tutto il Regno, hanno avuto brevissima vita e che, tuttavia, gli ha permesso di essere gli unici esemplari la cui serie permette di creare una "Collezione dentro la collezione di Regno d'Italia".

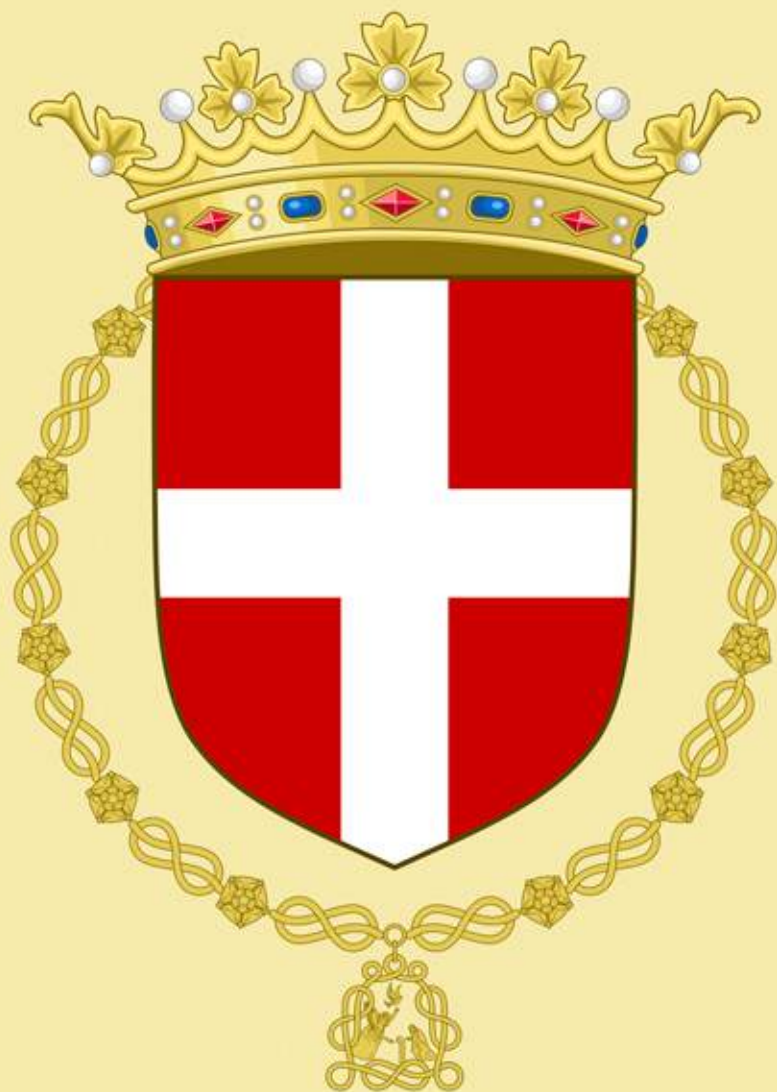
Il loro fine era sicuramente interessante dal punto di vista comunicativo e promozionale, in quanto il Ministero era riuscito a coinvolgere nell'iniziativa importanti aziende italiane e a convincerli nella bontà dell'investimento pubblicitario, ma l'aver abbinato l'effigie del Re a dei prodotti commerciali è stata probabilmente una caduta di stile e di autorevolezza della casata Savoia.

La presente raccolta si pone l'obiettivo di catalogare i singoli francobolli dell'emissione, ampliandola con l'inserimento di prove d'archivio, saggi, varietà, coppie o blocchi, fogli interi e corrispondenza rientrante nelle varie tariffe vigenti all'epoca con affrancature singole o in abbinamento ad altre emissioni ordinarie e/o commemorative o di servizi.

La collezione è strutturata secondo il seguente schema:

- **CAPITOLO I**
 > *I Francobolli dell'emissione*
- **CAPITOLO II**
 > *Le prove d'archivio*
- **CAPITOLO III**
 > *I Saggi*
- **CAPITOLO IV**
 > *Affrancature e tariffe postali*
- **CAPITOLO V**
 > *Blocchi e interspazi*

Capitolo I



I francobolli dell'emissione



BITTER CAMPARI

15 centesimi di Lira

Emissione: dicembre 1924

Distribuito in tutta Italia

La vignetta è composta da una semplice scritta "BITTER CAMPARI" di colore bianco posizionata sotto al simbolo della bevanda, su sfondo blu.

L'esemplare fu molto usato dai collezionisti dell'epoca applicato sulle cartoline, sia in coppie o strisce di tre o più esemplari.



CORDIAL CAMPARI - LIQUOR

15 centesimi di Lira

Emissione: dicembre 1924

Distribuito in tutta Italia

La vignetta rappresenta un San Bernardo su un prato, e la dicitura "CORDIAL CAMPARI - LIQUOR" di colore bianco su sfondo grigio / nero.

Anche questo esemplare, analogamente come l'altro esemplare da 15 centesimi, fu molto usato dai collezionisti per le loro corrispondenze.

La ditta Campari fu fondata nel 1862 a Milano da Gaspare Campari che, due anni prima, aveva creato la ricetta del noto "aperitivo rosso" dall'aroma intenso, ovvero il Campari, ottenuto da erbe aromatiche, erbe amaricanti e frutta in miscela di alcool e acqua.

Davide Campari, figlio di Gaspare, nel 1904 aprì un nuovo stabilimento a Sesto San Giovanni (Milano) dal quale negli anni successivi si avviò all'espansione commerciale in Italia ed Europa.

Ancora oggi il Gruppo Campari è uno dei principali al mondo nel suo settore inglobando al suo interno vari marchi come Cinzano, Aperol, Cynar, Crodino ecc.



***UN GRAFOFONO COLUMBIA
CON UNA LIRA AL GIORNO CATALOGHI GRATIS
MILANO VIA DANTE 9***

15 centesimi di Lira

30 centesimi di Lira

50 centesimi di Lira

1 Lira

Emissione:
dicembre 1924

Emissione:
dicembre 1924

Emissione:
novembre 1924

Emissione:
novembre 1924

Tutti gli esemplari furono distribuiti in tutta Italia

La Columbia, per la propria promozione, scelse di inserire nelle appendici un semplice slogan, scritto in bianco ed incorniciato da una linea ondulata.

La scelta del fondo colorato è ricaduta su tre colori:

Blu per il 15 centesimi ed 1 Lira, verde per il 30 centesimi e rosso per il 50 centesimi.

Fu creato anche il 20c. che, però, non fu mai emesso.

La COLUMBIA RECORDS era, ed è tutt'oggi, un'azienda americana che all'epoca produceva i dischi musicali ed i grammofoni (eleganti soprammobili in legno ed ottone con i quali veniva riprodotta la musica incisa sui dischi).

Venne fondata nel 1888 da Edward D. Easton e ai giorni nostri la Columbia è la più antica casa discografica ancora in attività.

Il nome deriva dal "District of Columbia" ovvero lo Stato della capitale degli Stati Uniti d'America e sede del quartier generale dell'azienda.

Tra i molteplici singoli artisti e gruppi musicali che hanno inciso dischi con il marchio Columbia, troviamo Michael Jackson, Frank Sinatra, Bob Dylan, Bruce Springsteen, Barbara Streisand, così come i Pink Floyd, gli Aerosmith o Celine Dion.

Oggi la Columbia fa parte dell'universo Sony.



ABRADOR - L'AVETE PROVATO?

25 centesimi di Lira

Emissione: novembre / dicembre 1924

Distribuito a Milano e zone limitrofe

La vignetta è composta dal motto "ABRADOR - L'AVETE PROVATO?", di colore blu su sfondo bianco incorniciato di blu.

Abrador era uno dei marchi di punta della ditta "Saponerie De Bernardi", un pezzo di storia industriale torinese, un'azienda che ha lasciato un'impronta significativa nel settore della produzione di saponi e prodotti per la pulizia.

Attiva in un'epoca in cui la pubblicità cominciava a giocare un ruolo cruciale nel successo commerciale, De Bernardi si distinse per la creazione di prodotti iconici, come la "saponetta radioattiva Radia" e, appunto, il sapone "Abrador".

La "Radia" è un esempio emblematico dell'audacia pubblicitaria del tempo, un prodotto che sfruttava l'alone di fascino e mistero che circondava la radioattività.

Oggi, le testimonianze di questa storia, sono custodite in manifesti pubblicitari d'epoca e scatole di latta che, con la loro grafica accattivante, ci riportano indietro nel tempo. Questi reperti non sono solo oggetti di valore collezionistico, ma anche importanti documenti storici che ci permettono di ricostruire un'epoca e di comprendere l'evoluzione del gusto e delle strategie di comunicazione.



COEN

25 centesimi di Lira

Emissione: novembre 1924

Distribuito a Roma



COEN

50 centesimi di Lira

Emissione: novembre 1924

Distribuito a Roma

La ditta Coen scelse per entrambe le vignette la medesima descrizione:

“COEN - ROMA VIA DEL TRITONE - TESSUTI BIANCHERIA - A RICHIESTA S’INVIANO CAMPIONI”

In bianco su fondo colorato è stato riprodotto il nome della ditta, mentre con il medesimo colore ma su fondo bianco, veniva stampato il messaggio pubblicitario e la cornice.

Fondata da Samuele Coen, questa azienda ha segnato la storia del commercio di tessuti e abbigliamento a Roma. Il primo negozio aprì in via Pozzo delle Cornacchie, ma fu con i magazzini 'S. di P. Coen' in via del Tritone che l'azienda raggiunse la fama europea.

Le undici vetrine dei magazzini offrivano una varietà incredibile di prodotti: dalla drapperia ai tessuti pregiati, dalle confezioni alla biancheria e ai corredi. La qualità dei prodotti era tale da attirare clienti illustri, tra cui la Real Casa e le più importanti famiglie europee. La ditta aveva centoventi rappresentanti e circa duecento commessi.

Nel 1938, le leggi razziali costrinsero la famiglia Coen a cedere l'attività, che si trasformò nella 'Società anonima italiana tessuti abbigliamento - SAITA'.

Nonostante questo cambiamento forzato, l'eredità della Ditta Coen è rimasta viva ancora oggi continuando ad essere sinonimo di qualità nel settore sia dei tessuti che dell'arredamento con la “Coen 69 - Textile Project”.



***AMILCARE PIPERNO ALCORSO
TESSUTI NOVITA'
ROMA CORSO UMBERTO***

25 centesimi di Lira

Emissione: novembre 1924

Distribuito a Roma



***AMILCARE PIPERNO ALCORSO
TESSUTI NOVITA'
ROMA CORSO UMBERTO***

50 centesimi di Lira

Emissione: novembre 1924

Distribuito a Roma

La ditta Piperno scelse per entrambe le vignette la medesima descrizione.
In bianco su fondo marrone per il 25 centesimi e in bianco su fondo verde per il 50 centesimi.

Amilcare Piperno 'Al Corso' è stato un protagonista indiscusso del commercio romano nei primi decenni del Novecento. Il suo negozio, situato nella rinomata via del Corso, era un vero e proprio tempio dell'eleganza, offrendo una vasta gamma di tessuti pregiati e capi d'abbigliamento esclusivi.

Piperno non si limitò a vendere prodotti di alta qualità, ma seppe anche anticipare le tendenze e adottare strategie di marketing innovative, come la partecipazione all'emissione dei francobolli pubblicitari, mossa audace e lungimirante che gli permise di raggiungere un vasto pubblico e di consolidare la sua immagine di marchio prestigioso.

Amilcare Piperno 'Al Corso' non era solo un negozio, ma un simbolo di un'epoca in cui l'eleganza e la raffinatezza erano valori fondamentali. La sua storia ci ricorda l'importanza del commercio come motore di sviluppo e come espressione dell'identità culturale di una città."



***LUBRIFICANTI REINACH
PER MACCHINE***

25 centesimi di Lira

Emissione: novembre 1924

Distribuito in tutta Italia



***LUBRIFICANTI REINACH
PER MACCHINE***

50 centesimi di Lira

Emissione: novembre 1924

Distribuito in tutta Italia

La ditta Reinach scelse per entrambe le vignette il medesimo disegno.

Il nome dell'azienda riprodotta lungo tutta la penisola italiana, ed i mari rappresentati da un tappeto della parola "olio" scritta in piccoli caratteri.

Per il 25 centesimi fu scelto il colore verde e per il 50 centesimi il colore blu.

La Ditta Reinach di Milano, attiva dall'inizio del '900, si è distinta nella produzione di oli lubrificanti, in particolare per il settore automobilistico, con il famoso "OLEOBLITZ Sport".

La sua storia è testimoniata da barattoli di latta d'epoca e affrancature meccaniche, oggetti da collezione che raccontano un'epoca.

Oggi, l'eredità di qualità continua con Oleoblitz, parte del gruppo Petronas Lubricants Italy, con sede a Torino.

La famiglia Reinach ha subito gravi perdite a causa delle leggi razziali.

La Ditta Reinach rappresenta un connubio tra passato e presente, simbolo di eccellenza nei lubrificanti.



TAGLIACOZZO CORREDI

25 centesimi di Lira

Emissione: novembre 1924

Distribuito a Roma

TAGLIACOZZO CORREDI

50 centesimi di Lira

Emissione: novembre 1924

Distribuito a Roma

La ditta Tagliacozzo scelse per entrambe le vignette la stessa dicitura:

CASA SPECIALE DI BIANCHERIA TAGLIACOZZO CORREDI - ROMA CAMPO MARZIO

La ditta Tagliacozzo era di proprietà di Amilcare Piperno, nonché suo amministratore unico.

Anche la Tagliacozzo, operante nel settore dei tessuti di qualità, è stata un pilastro del commercio romano.

Con l'approvazione delle leggi razziali venne imposto alle ditte ebraiche di trasformarsi in società anonime e di nominare soggetti "ariani" all'interno dei consigli di amministrazione e, anche la Tagliacozzo, fu costretta ad affrontare questo passaggio.

Nel 1938 la Tagliacozzo, assieme alla Amilcare Piperno Alcorso, fu venduta per assecondare le leggi razziali.



LAMPADINE DE-MONTEL

50 centesimi di Lira

Emissione: novembre 1924

Distribuito in tutta Italia

La vignetta rappresenta la Vittoria Alata che solleva una lampadina accesa, di colore bianco, su fondo blu.

La "Ditta De Montel" fu un'importante azienda di illuminazione italiana attiva nei primi del Novecento, nota per la produzione e vendita di lampadine e apparecchi per l'illuminazione, e per le innovative campagne pubblicitarie.

Allo stesso tempo, Giuseppe De Montel fu un banchiere e imprenditore attivo in vari settori, tra cui quello tessile, e noto per aver fatto costruire le Scuderie De Montel a Milano.



SIERO CASALI

50 centesimi di Lira

Emissione: dicembre 1924

Distribuito in tutta Italia

La vignetta riproduce il nome del farmaco dentro un rombo, e le proprietà miracolose dello stesso. Il tutto scritto in bianco su disegni di fondo in blu.

La "Ditta Siero Casali" è stata un'importante azienda italiana nel settore farmaceutico, attiva nei primi decenni del Novecento, specializzata nella produzione di sieri e prodotti farmaceutici di vario genere.

L'azienda operava in un periodo di grande sviluppo dell'industria farmaceutica in Italia, come testimoniato da documenti d'epoca, lasciando un segno significativo nel settore farmaceutico italiano, combinando produzione di qualità e strategie pubblicitarie innovative.



***SINGER
MACCHINE PER CUCIRE***

50 centesimi di Lira

Emissione: novembre 1924

Distribuito in tutta Italia

La vignetta, bianca e rossa, riproduce in primo piano la S del marchio al cui interno è scritto MACCHINE SINGER PER CUCIRE.

Fondata nel 1851 da Isaac Merritt Singer, ha rivoluzionato il mondo del cucito introducendo la prima macchina per cucire pratica per uso domestico.

L'azienda si è rapidamente espansa a livello globale, diventando sinonimo di qualità e affidabilità.

Oggi Singer rimane un marchio leader, offrendo modelli per ogni esigenza, sia in negozi fisici che online.



***TANTAL
LIQUORI EXTRA***

50 centesimi di Lira

Emissione: gennaio 1925

Distribuito a Milano

La vignetta, bianca e rossa, recita: LIQUORI EXTRA TANTAL I MIGLIORI IN COMMERCIO - AGENZIA VENDITA VIA CARDUCCI 26 MILANO.

Tantal è stato un marchio di liquori italiano attivo nella prima metà del XX secolo, distinguendosi per la produzione e commercializzazione di liquori, utilizzando efficaci campagne pubblicitarie.

Operava in un periodo di forte sviluppo dell'industria dei liquori in Italia, ed è riuscita ad essere più di un semplice marchio di liquori, bensì un pezzo di storia italiana.

I francobolli non emessi



COLUMBIA

20 centesimi di Lira

NON EMESSO

La vignetta riproduce il medesimo testo degli esemplari posti in circolazione, di colore bianco su fondo verde.



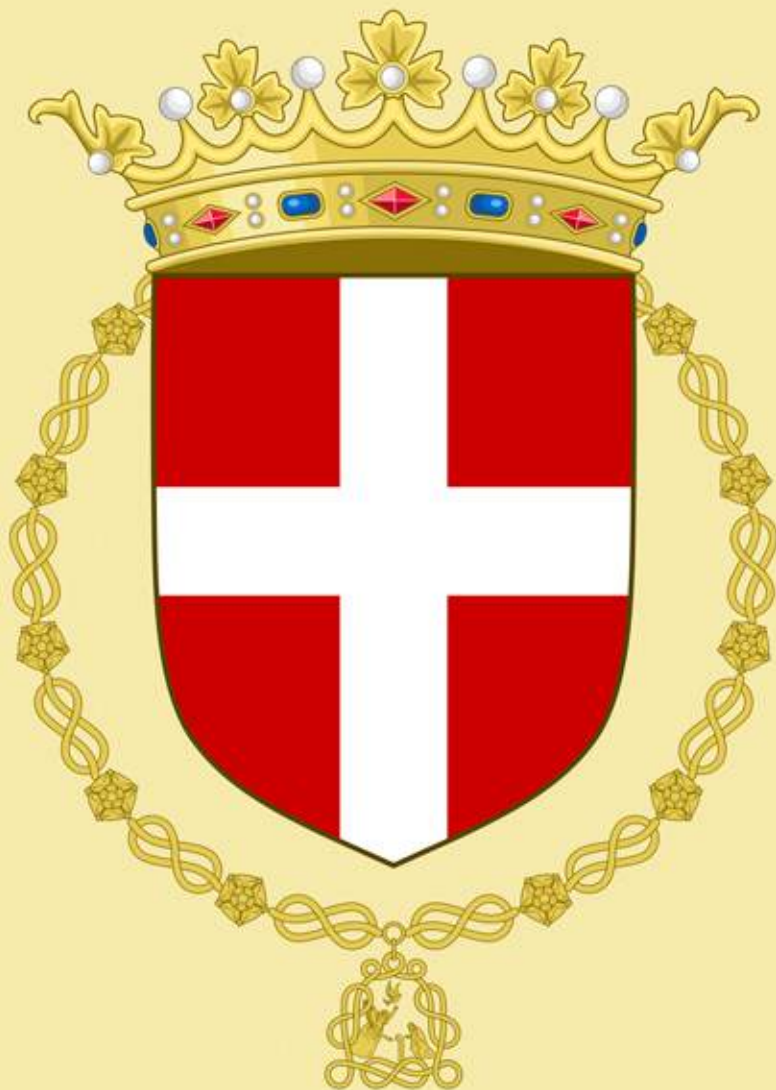
PERUGINA

60 centesimi di Lira - Espresso

NON EMESSO

La vignetta riproduce la celebre copertina della scatola dei cioccolatini Baci Perugina, disegnata dal grafico Seneca, con due innamorati di colore blu che si abbracciano su uno sfondo azzurro e la scritta bianca BACI al loro fianco, ed in basso la scritta in bianco CIOCCOLATO PERUGINA.

Capitolo II



Le prove
d'archivio



PROVA DI STAMPA

5 centesimi di Lira

Spazio per la vignetta in bianco

Versione da 5 centesimi non adottata
e verosimilmente destinato alla recla-
me della MARSALA TORTORICI



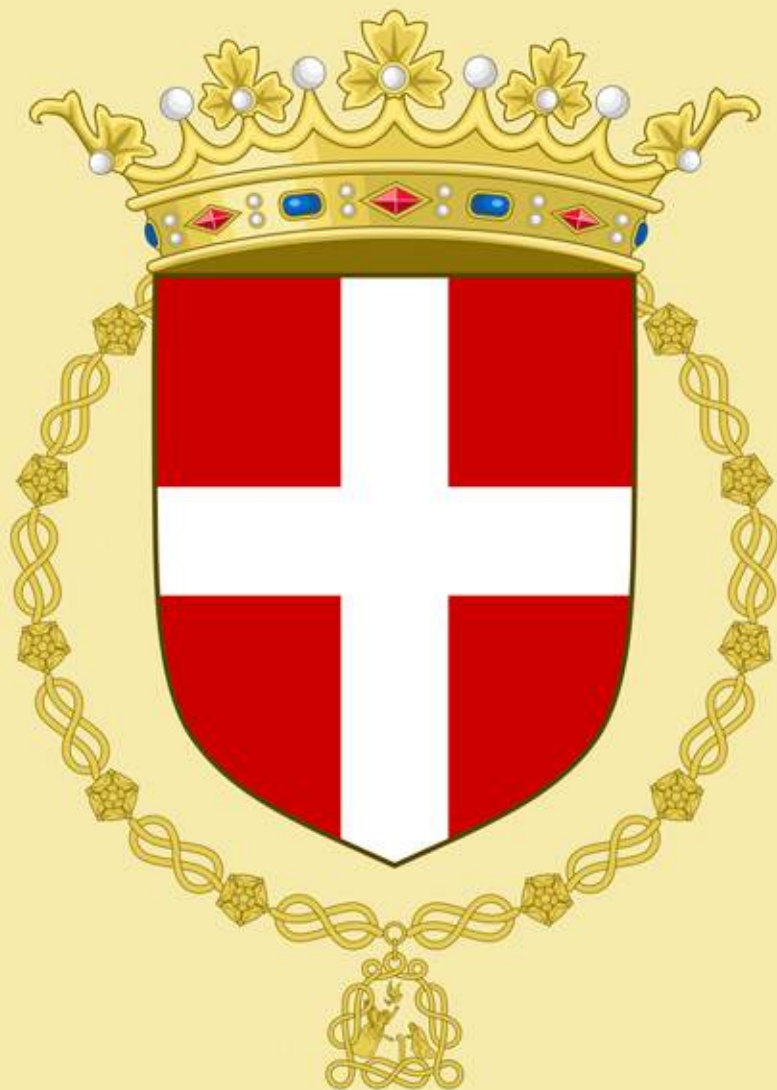
PROVA DI STAMPA

20 centesimi di Lira

Spazio per la vignetta in bianco

Versione da 20 centesimi adottata per
la ditta COLUMBIA ma non emesso.

Capitolo III



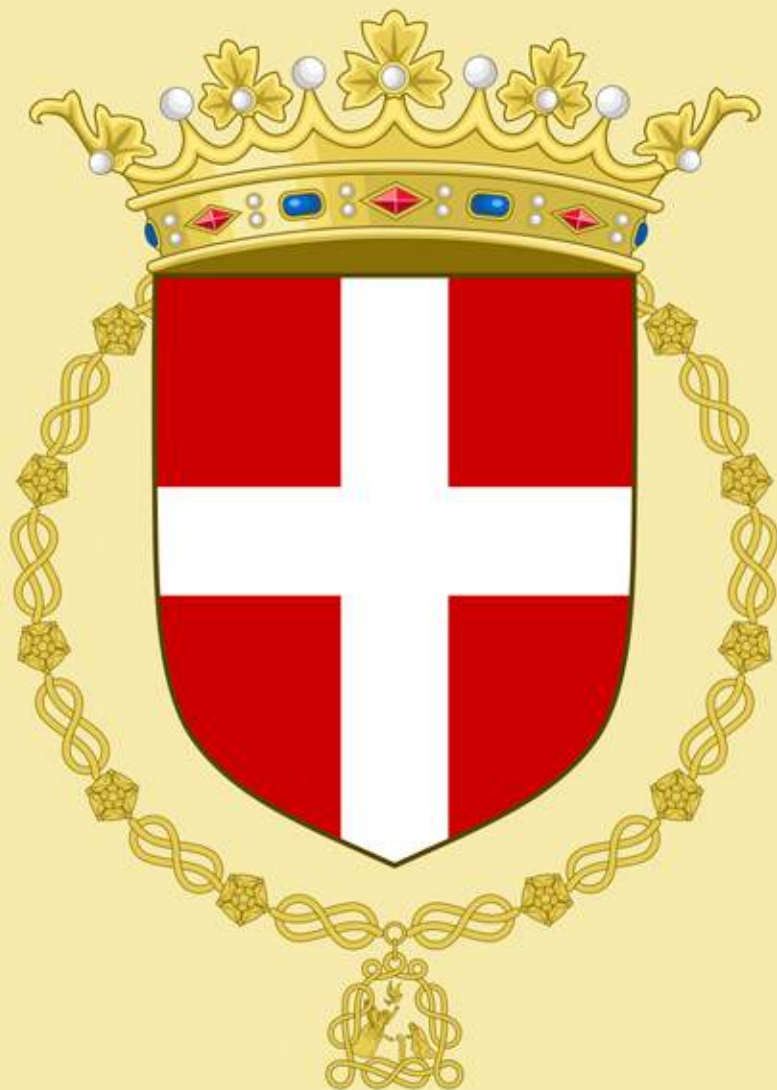
I saggi







Capitolo IV



Affrancature e tariffe postali



15 centesimi Bitter Campari

Terzina su cartolina commemorativa dell'Esperimento Posta Aerea Livorno-Roma per il XII Congresso Filatelico del 28/06/1925.



15 centesimi Cordial Campari

Cartolina da Livorno a Besana Brianza del 05/04/1925.



15 centesimi Bitter Campari

Coppia verticale più vignetta di Posta Aerea del Congresso Filatelico di Livorno del 28/06/1925, su cartolina viaggiata.



15 centesimi Bitter Campari e Cordial Campari

Un esemplare per tipo, accompagnati da complementare. Missiva da Livorno a Milano, con bolli del XII Congresso Filatelico del 28/06/1925 per Roma.



15 centesimi Columbia

Due esemplari con dentellatura fortemente spostata in alto, accompagnati da valori complementari, su raccomandata da Milano a Roma del 06/03/1925.

La missiva era indirizzata all'incommensurabile Alberto Diena
colonna portante della filatelia italiana.



15 centesimi Bitter Campari e Cordial Campari

Gran parte di frontespizio di lettera da Milano del 10/12/1925 con i due esemplari e complementari di Posta Pneumatica.



25 centesimi Coen

Letterina dal Vice Presidente del Senato, per città.



25 centesimi Reinach

Coppia orizzontale su lettera da Verona per Porto Maurizio dell'8/02/1925.



25 centesimi Tagliacozzo

Due esemplari in posizione "tete-beche" su lettera da Roma per Riesi (Caltanissetta) del 19/11/1924.



25 centesimi Abrador

Su lettera da Milano per Mutignano (Teramo) del 22/11/1925.



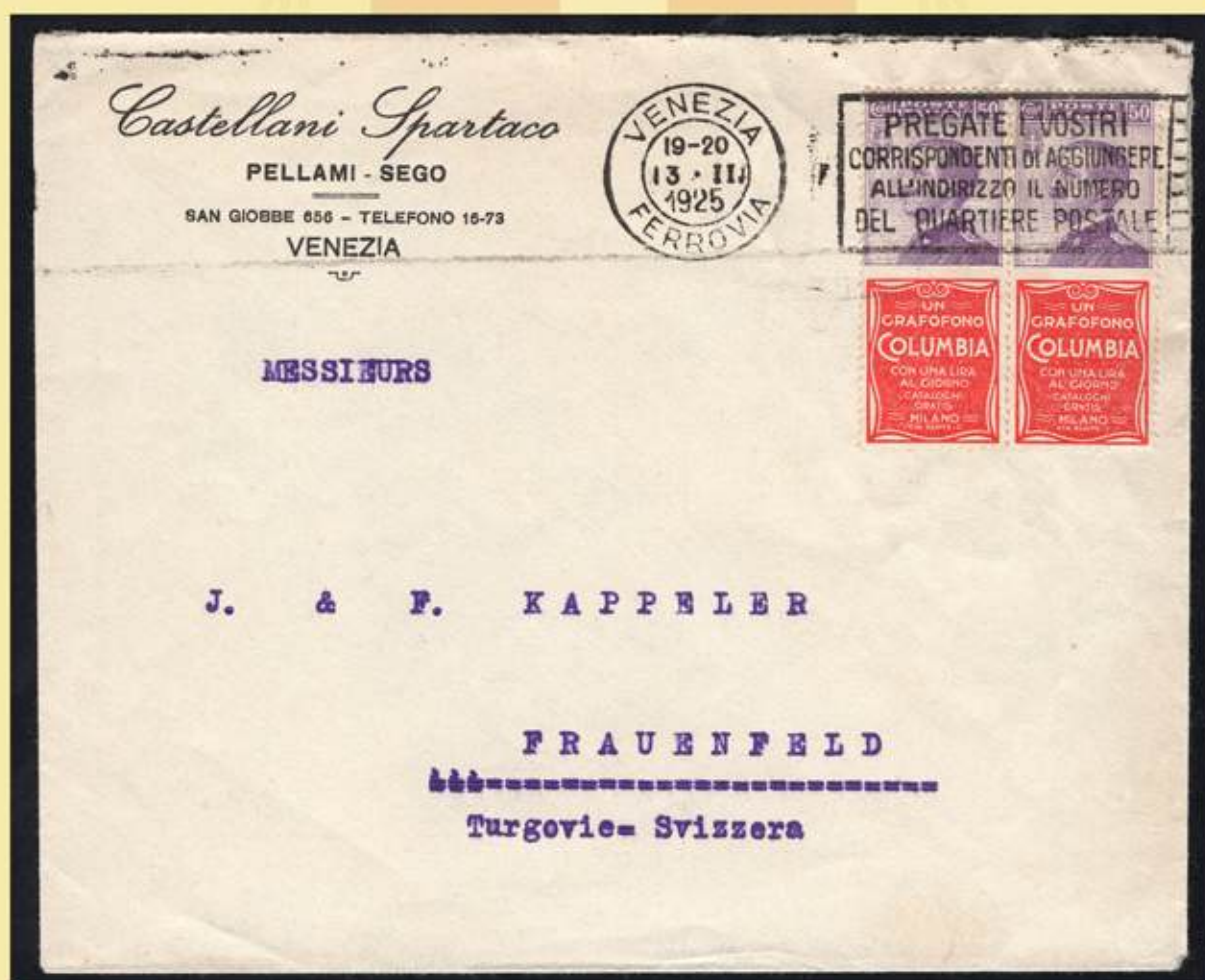
30 centesimi Columbia

Su cartolina da Napoli per Bologna del 29/01/1925.



50 centesimi Coen

Su lettera da Napoli per San Severo (Foggia) del 16/01/1925.



50 centesimi Columbia

Due esemplari su lettera da Venezia a Turgovie (Svizzera) del 13/02/1925,



50 centesimi Tantal

Su lettera da Milano a Gallarate del 27/01/1925.



50 centesimi Amilcare Piperno Alcorso

Su lettera da Roma a Bergamo del 22/12/1924.



50 centesimi De Montel

Su lettera da Napoli a Foggia del 21/12/1924.



50 centesimi De Montel

Su lettera da Palermo a Campolongo del 15/12/1924. Vignetta asportata.



50 centesimi Singer

Su cartolina da Torino per la Germania il 26/12/1924, più complementare.
Vignetta non asportata.



50 centesimi Singer

Su lettera da Messina a Roma del 14/10/24. Complementare espresso.
Al retro timbro di arrivo del 15/11/24 (menomale era espresso!).
Utilizzo nel mese precedente a quello di emissione.

Amministrazione delle Poste e dei Telegrafi d'Italia
Administration des Postes et des Télégraphes d'Italie

AVVISO
AVIS

DI PAGAMENTO
DE PAYEMENT

di un vaglia postale della somma di Lire
d'un mandat de poste de la somme de Lire

emesso all'ufficio di
émis par le bureau de

il 192
le

a favore del Sig.
au profit de M.

il 10-3-192
le

al Sig. *Perini Marcello e Figli*
a M. *Perini*

il sottoscritto dichiara che
Le soussigné déclare que

sopra indicato è stato regolarmente
susmentionné a été dûment

il 192
le

Firma (d)
Signatures

del destinatario
du destinataire

del capo dell'ufficio distributore o pagatore
du chef du bureau distributeur ou payeur

Perini Marcello

Bollo dell'ufficio distributore o pagatore
12.3.25

(a) Oggetto raccomandato o di una lettera o di una scatoletta raccomandata o di un pacco postale. — (b) L'oggetto raccomandato o di una lettera o di una scatoletta assicurata o il pacco postale o il vaglia postale. — (c) Consegnato e pagato. — (d) Questo avviso deve essere firmato dal destinatario, o se i regolamenti del paese di destinazione lo permettono, dal capo dell'ufficio distributore o pagatore, poi essere messo in busta e spedito in raccomandazione col primo corriere all'ufficio d'origine all'oggetto cui si riferisce, puis être mis sous enveloppe et envoyé sous recommandation par le premier courrier au bureau d'origine de l'objet qu'il concerne.

50 centesimi Singer

Avviso di ricevimento del 10/03/1925.



50 centesimi Siero Casali

Lettera da Bologna a Milano del 10/03/1925.



50 centesimi Reinach

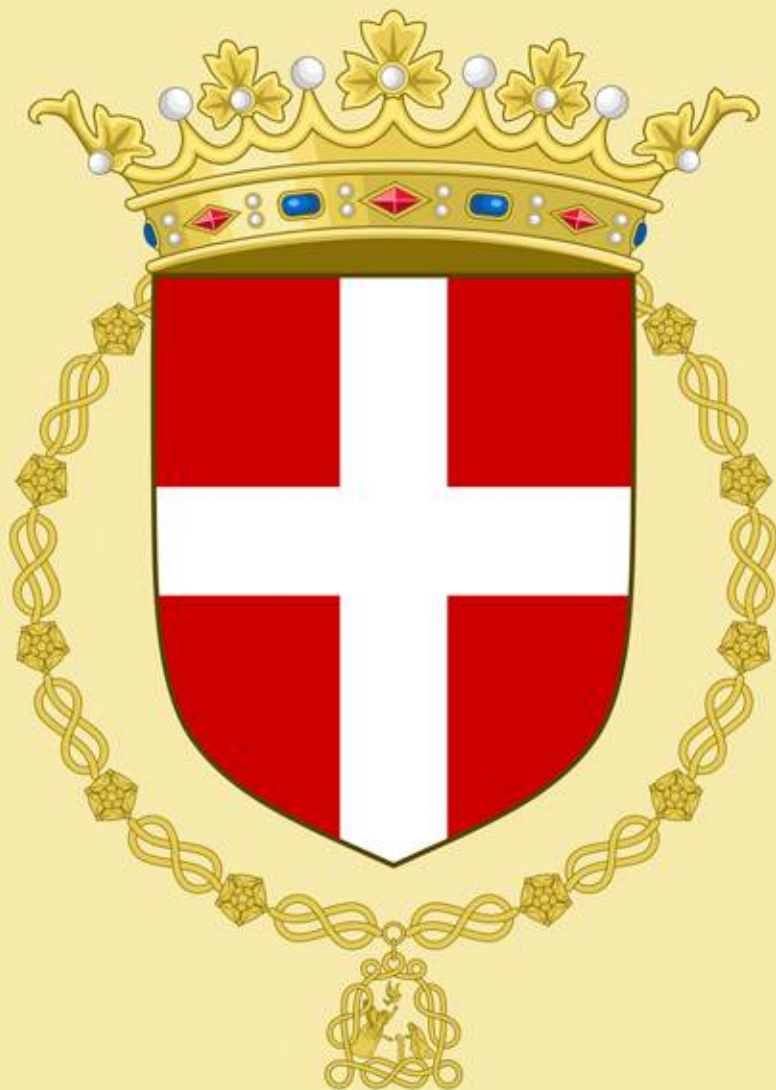
Lettera da Genova a Garessio del 19/12/1924.



50 centesimi Reinach

Lettera da Gallarate a Vittorio Veneto del 10/12/1924.
Particolare affrancatura con la vignetta dell'esemplare superiore, raramente
composta nelle missive.

Capitolo V



**Blocchi e
interspazi**

